

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN  
DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR  
MINERAL MEREK ADES DI KECAMATAN KAYUAGUNG,  
KABUPATEN OGAN KOMERING ILIR**



**Skripsi**

**Nama : Bayu Pratama**

**Nim : 212020162**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2024**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN  
DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR  
MINERAL MEREK ADES DI KECAMATAN KAYUAGUNG,  
KABUPATEN OGAN KOMERING ILIR**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



**Nama : Bayu Pratama**

**Nim : 212020162**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2024**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bayu Pratama  
NIM : 212020162  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Merek Ades di Kecamatan Kayuagung, Kabupaten Ogan Komering Ilir

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 dicantumkan 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 ini.

Palembang, Mei 2024



Bayu Pratama

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Palembang

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

**Judul** : Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Merek Ades di Kecamatan Kayuagung Kabupaten Ogan Komering Ilir

**Nama** : Bayu Pratama  
**NIM** : 212020162  
**Fakultas** : Ekonomi Dan Bisnis  
**Program Studi** : Manajemen  
**Konsentrasi** : Pemasaran

Diterima dan Disahkan

Pada Tanggal, Mei 2024

Pembimbing II,

Pembimbing I,

Dr. Sri Rahayu, S.E., M.M

NIDN: 0206016702

Fitantina, S.E., M.Si

NIDN: 0028026301

Mengetahui,

Dekan

u.b. Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Zaitcha Trihandayani, S.E., M.Si

NIDN : 0229057501

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### Motto

“Prosesnya mungkin ga mudah tapi endingnya bikin ga berhenti bilang alhamdulillah”

(BAYU PRATAMA)

“Tidak ada mimpi yang gagal, yang ada hanyalah mimpi yang tertunda, cuman sekiranya kalau teman-teman merasa gagal dalam mencapai mimpi, jangan khawatir mimpi – mimpi lain bisa di ciptakan”

(WINDAH BASUDARA)

“Tidak ada kesuksesan dalam semalam. Keberuntungan dibangun dalam jangka panjang, sedikit demi sedikit, secara konsisten”

(Chengpeng Zhao, Binance)

### Persembahan

Kupersembahkan Skripsi ini Kepada :

- ❖ Panutanku ayahanda Karman Jaya. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
- ❖ Pintu surgaku, ibunda Teti. Beliau sangat berperan penting dalam menyelesaikan program studi penulis, beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai di bangku perkuliahan, namun semangat, motivasi serta yang sujudnya selalu menjadi doa untuk kesuksesan anak-anaknya.
- ❖ Kepada adikku Dian Utari dan Keysha Cantika terimakasih telah memberikan semangat, dukungan, motivasi, serta terimakasih telah setia meluangkan waktunya untuk menjadi tempat dan pendengar terbaik penulis sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
- ❖ Pembimbing skripsi Ibu Dr. Sri Rahayu, S.E., M.M dan Ibu Fitantina, S.E., M.Si

- ❖ Sahabat – sahabat saya yang saya banggakan Tarishah, Safrian, Juledi, Binar Saputra
- ❖ Almamater yang kubanggakan

## PRAKARTA



*Assalamu 'alaikum Warohmatullahi Wa Barokatuh.*

Alhamdulillah rabbil'alamin, puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat, hidayat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Merek Ades di Kecamatan Kayuagung, Kabupaten Ogan Komering Ilir. dengan baik dan tepat pada waktunya.

. Ades termasuk merek salah satu air mineral yang cukup dikenal masyarakat. Meskipun demikian posisinya dalam top brand index tidak menduduki peringkat teratas. Berdasarkan fenomena yang diperoleh peneliti tampaknya terdapat masalah dalam hubungannya dengan kualitas produk, promosi dan distribusi. Oleh karena itu penelitian ini mengkaji bagaimana pengaruh kualitas produk, promosi dan distribusi terhadap keputusan pembelian. Informasi terkait tiga unsur tersebut dapat digunakan Ades untuk memperbaiki kinerja penjualannya.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis sangat menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan, hal ini mengingat keterbatasan yang dimiliki penulis, baik dari segi ilmu ataupun pengalaman. Selesainya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dorongan serta motivasi dari beberapa pihak, maka penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-

besarnya kepada kedua orang tuaku tercinta Ayah Karman Jaya dan Ibu Teti telah merawat, mendidik, mendo'akan dan memberikan dorongan semangat kepada penulis dengan penuh cinta dan kasih sayang. Selain itu ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Prof., Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Dr. Yudha Mahrom, DS, 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 dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Dr. Hj. Kholillah, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik
5. Ibu Dr. Sri Rahayu, S.E., M.M dan Ibu Fitantina, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing I dan pembimbing II yang telah banyak membantu dan membimbing dalam penyusunan skripsi saya yang telah membimbing saya dalam penyelesaian skripsi saya dengan penuh kesabaran menghadapi saya.
6. Bapak Gumar Herudiansyah, S.E M.Si dan Bapak Fadhil Yamaly, S.E., Ak., M.M selaku dosen penelaah I dan penelaah II yang telah banyak membantu saya dalam penyusunan usulan penelitian saya
7. Bapak dan Ibu dosen pengajar serta seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
8. Kepada responden yang telah membantu dalam penyusunan skripsi
9. Kepada Sahabat saya Tarishah Tsaniyyah terima kasih telah menjadi



support sistem terbaik saya yang telah mendengarkan keluh kesah saya dan selalu ada untuk membantu saya dari awal masuknya kuliah sampai saya ditahap dapat menyelesaikan Skripsi ini.

10. Semua pihak yang telah ikut membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis.

11. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Ibu Ibu Dr. Sri Rahayu, S.E., M.M dan Ibu Fitantina, S.E., M.Si. yang dengan penuh kesabaran dan ketelitian telah membimbing dan memberikan masukan guna penyelesaian skripsi ini

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan mengingat keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan. Meskipun demikian penulis berharap penulisan skripsi ini ada manfaatnya.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Palembang, 2024

Bayu Pratama  
212020162

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....	iii
Fakultas Ekonomi dan Bisnis.....	iv
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
PRAKARTA.....	vii
ABSTRAK.....	xiv
<i>ABSTRAK</i> .....	xv
BAB I        PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PENELITIAN DAN HIPOTESIS .....	11
A. Kajian Pustaka.....	11
1. Landasan Teori.....	11
2. Penelitian Sebelumnya.....	21
B. Kerangka Pemikiran.....	25
C. Hipotesis.....	26
BAB III METODE PENELITIAN .....	45
A. Jenis Penelitian.....	45
B. Lokasi Penelitian .....	46
C. Oprasionalisasi Variabel.....	47
D. Populasi dan Sampel .....	48
E. Data yang Diperlukan.....	50
F. Metode Pengumpulan Data.....	51
G. Analisis Data dan Teknik Analisis .....	52
DAFTAR PUSTAKA .....	82
DAFTAR KUESIONER UNTUK RESPONDEN.....	85

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Top Air Mineral di Indonesia dalam kemasan botol 2023.....	4
Tabel 1. 2 Data Observasi Tidak menyukai Air Mineral Merk Ades di Kecamatan Kayuagung, Kabupaten Ogan Komering Ilir .....	5
Tabel 1. 3 Hasil Pra riset air mineal merk Ades di Kecamatan Kayuagung, Kabupaten Ogan Komering Ilir.....	6
Tabel II. 1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Dengan Penelitian Sebelumnya	24
Tabel III. 1 Variabel, Definisi, Indikator, dan Skala.....	47
Tabel IV. 1 Uji Validitas .....	65
Tabel IV. 2 Uji Reabilitas .....	66
Tabel IV. 3 Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian Y....	70
Tabel IV. 4 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk X1.....	73
Tabel IV. 5 Distribusi Jawaban Responden Variabel Promosi X2 .....	76
Tabel IV. 6 Distribusi Jawaban Responden Variabel Distribusi X3.....	79
Tabel IV. 7 Analisis Regresi Linear Berganda .....	82
Tabel IV. 8 Hasil Uji F (Simultan).....	84
Tabel IV. 9 Hasil Uji t (Parsial) .....	85
Tabel IV. 10 Hasil Koefisien Determinasi .....	86

## DAFTAR GAMBAR

Gambar IV. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	67
Gambar IV. 2 Seringnya Mengonsumsi Air Mineral Ades .....	68
Gambar IV. 3 Lamanya Mengonsumsi Produk Air Mineral Ades .....	69

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Jadwal Penelitian
- Lampiran 2 : Kuesioner
- Lampiran 3 : Tarbulasi
- Lampiran 4 : Frekuensi Jawaban Responden
- Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilias
- Lampiran 6 : Hasil Uji F, Uji t dan Koefisien Determinasi
- Lampiran 7 : Tabel R
- Lampiran 8 : Tabel F
- Lampiran 9 : Tabel t
- Lampiran 10 : Data Top Brand Index Air mineral Merek Ades 2023
- Lampiran 11 : Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi
- Lampiran 12 : Surat Izin Melakukan Riset
- Lampiran 13 : Surat Keterangan Telah Melakukan Riset
- Lampiran 14 : Plagiat Cheker
- Lampiran 15 : Sertifikat AIK
- Lampiran 16 : Sertifikat Pengantar Aplikasi Komputer
- Lampiran 17 : Sertifikat Aplikasi Komputer dalam Bisnis
- Lampiran 18 : Sertifikat SKPI Pelatihan *E-Commerce*
- Lampiran 19 : Sertifikat SKPI Pelatihan *Marketing Strategy*
- Lampiran 20 : Sertifikat SKPI Pelatihan *Marketing dan Branding*
- Lampiran 21 : Sertifikat SKPI Pelatihan Sistem Manajemen Mutu
- Lampiran 22 : Sertifikat SKPI Pelatihan Spss
- Lampiran 23 : Biodata Penulis

## **ABSTRAK**

### **Bayu Pratama, Sri Rahayu, Fitantina / Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Merek Ades di Kecamatan Kayuagung, Kabupaten Ogan Komering Ilir**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Merek Ades di Kecamatan Kayuagung, Kabupaten Ogan Komering Ilir secara simultan dan parsial. Jenis penelitian ini asosiatif, variabel yang digunakan adalah Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Promosi dan Distribusi. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden yang diambil menggunakan metode *Purposive Sampling*. Data utama yang digunakan adalah data primer dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis menggunakan regresi linier berganda, uji hipotesis F dan t serta koefisien determinasi. Hasil penelitian dari persamaan regresi linier berganda menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Promosi dan Distribusi berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Merek Ades di Kecamatan Kayuagung, Kabupaten Ogan Komering Ilir. Hasil uji hipotesis secara simultan menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan Kualitas Produk, Promosi dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian. Secara parsial menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. Ada pengaruh signifikan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. Ada pengaruh signifikan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk, Promosi dan Distribusi mampu berkontribusi terhadap naik turunnya Keputusan Pembelian sebesar 85,4%.

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Promosi, Distribusi dan Keputusan Pembelian**

## **ABSTRAK**

***Bayu Pratama, Sri Rahayu, Fitantina / The Effect of Product Quality, Promotion and Distribution on Purchasing Decisions for Ades Brand Mineral Water in Kayuagung District, Ogan Komering Ilir Regency***

*This study aims to determine the effect of Product Quality, Promotion and Distribution on Purchasing Decisions for Ades Brand Mineral Water in Kayuagung District, Ogan Komering Ilir Regency simultaneously and partially. This type of research is associative, the variables used are Purchasing Decisions, Product Quality, Promotion and Distribution. The sample used was 100 respondents who were taken using the Purposive Sampling method. The main data used is primary data using a questionnaire. The analysis technique uses multiple linear regression, F and t hypothesis tests and determination coefficients. The research results from the multiple linear regression equation show that Product Quality, Promotion and Distribution have a positive effect on Purchasing Decisions for Ades Brand Mineral Water in Kayuagung District, Ogan Komering Ilir Regency. The results of hypothesis testing simultaneously show that there is a significant effect of Product Quality, Promotion and Distribution on Purchasing Decisions. Partially shows that there is a significant effect of Product Quality on Purchasing Decisions. There is a significant effect of Promotion on Purchasing Decisions. There is a significant effect of Distribution on Purchasing Decisions. The coefficient of determination shows that the variables of Product Quality, Promotion and Distribution have contributed to the rise and fall of Purchasing Decisions by 85,4%.*

***Keywords: Product Quality, Promotion, Distribution and Purchasing Decisions***

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Pemasaran sebagai sesuatu hal yang wajib dilaksanakan oleh perusahaan dalam menjalankan bisnisnya dengan teratur dan terarah, demi meraih keuntungan yang sebesar-besarnya. Pemasaran diawali dengan pelengkap kebutuhan manusia yang kemudian meningkat menjadi keinginan manusia. Menurut Sunyoto (2014: 18), pemasaran berperan penting bagi keberlanjutan dan perluasan perusahaan, khususnya di tengah persaingan yang semakin ketat. Dalam konteks ini, para pemasar dihadapkan pada tuntutan untuk memahami secara mendalam tantangan-tantangan yang ada di bidangnya dan merancang strategi yang efektif guna mencapai tujuan perusahaan.

Riset terkait perilaku konsumen bertujuan untuk memahami cara orang, kelompok, dan organisasi membuat pilihan, menggunakan, dan memenuhi kebutuhan mereka terhadap produk, layanan, ide, dan hal-hal terkait lainnya. Perusahaan dapat mengambil pemahaman yang komprehensif terhadap teori dan praktik perilaku konsumen. Menurut Santoso et al. (2020: 287), Perilaku konsumen mencakup hal yang dilakukan individu ketika mencari, memilih, membeli, memanfaatkan, dan menilai produk untuk memenuhi kebutuhan atau keinginannya. Setiap konsumen umumnya mempertimbangkan faktor-faktor tertentu saat memutuskan untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk.



Kualitas produk menarik bagi konsumen dan mempengaruhi pemilihan produk mereka. Kotler & Keller (2016:164) menggambarkan kualitas produk sebagai kapasitas sebuah produk dalam menghasilkan kinerja yang sesuai atau melampaui ekspektasi konsumen. Suatu perusahaan harus mengutamakan kualitas produk karena sangat berpengaruh pada keputusan pembelian. Peningkatan kualitas produk menyebabkan permintaan konsumen semakin kuat. Dengan menyediakan produk berkualitas tinggi, sebuah perusahaan dapat mencapai keunggulan kompetitif dibandingkan dengan pesaingnya.

Promosi sebagai penghubung antar perusahaan ke konsumen dalam memperkenalkan produk atau menyampaikan pesan tertentu. Tjiptono dalam Harahap (2020:107) menyatakan, promosi adalah strategi pemasaran yang melibatkan penyampaian informasi kepada pasar sasaran dengan tujuan memengaruhi, mengajak, atau memperkenalkan mereka tentang brand suatu perusahaan, untuk mendorong mereka menerima, membeli, dan tetap setia pada barang tersebut. Kegiatan promosi kini menjadi komponen krusial di kehidupan manusia dalam kesehariannya.

Distribusi memiliki perannya tersendiri dalam pemasaran yakni menyediakan keperluan manusia. Distribusi mencakup penyebaran barang dan jasa yang diproduksi perusahaan untuk konsumen, untuk memenuhi kebutuhan manusia. Ini mencakup proses pengiriman produk ke pengguna akhir atau konsumen pada waktu yang tepat, memastikan produk tersebut mudah diakses. Saluran distribusi memegang peranan penting karena

memungkinkan produsen menyampaikan produk kepada konsumen, sehingga memberikan manfaat kepada konsumen pada saat perolehan produk (Assauri, 2013: 233).

Kebutuhan air mineral merupakan kebutuhan pokok manusia, terutama di Indonesia dengan masyarakat yang banyak, maka kebutuhan air mineral pun banyak, air mineralpun mudah didapatkan setiap warung, toko, supermarket, dan dengan harga yang relatif murah. Banyak jenis-jenis kemasan air mineral sesuai dengan kebutuhan konsumen seperti, Kemasan cup, botol, dan galon. Bersama kebutuhan air mineral inilah yang membuat perusahaan yang bergelut di bidang tersebut selalu bersaing. Saat ini banyak merek air mineral dalam kemasan botol yang terdapat dipasaran yaitu AQUA, Le Minerale, Nestle, Vit, Crystalline, Cleo dan Ades. Produk-produk ini saling bersaing dipasaran, bisa di lihat dalam tabel berikut ini peringkat *brand* air mineral dalam kemasan botol yang paling diminati di Indonesia.

**Tabel 1. 1**  
**Data Top Air Mineral di Indonesia dalam kemasan botol 2023**

<b>No.</b>	<b>Brand</b>	<b>Presentase Penjualan</b>
1	AQUA	74,6%
2	Le Minerale	62,1%
3	Nestle	23,6%
4	Vit	21,6%
5	Crystalline	17,3%
6	Cleo	17,2%
7	Ades	15,3%

Sumber : Jakpat, 2023.

Berdasarkan gambar 1.1, dapat dilihat persentase air mineral merek Aqua sebanyak 74,6%, Le Minerale 62,1%, Nestle 23,6%, Vit 21,6%, Crystalline 17,3%, Cleo 17,2% dan sedangkan air mineral merek Ades hanya memiliki Persentase penjualan di Indonesia sebesar 15,3%. Dari ketujuh merek di atas air mineral merek Ades memiliki persentase yang paling kecil diantara merek kemasan lainnya. Air mineral dengan merek Ades pertama kali diproduksi pada tahun 1985, dan kemudian diakuisisi oleh Coca-Cola Amatil Indonesia pada tahun 2000. Saat ini, produksi Ades dilakukan oleh PT Akasha Wira International Tbk.

Dalam hal ini, peneliti melakukan riset dengan mengajukan pertanyaan kepada 30 responden menggunakan kuesioner. Ketika ditanya apakah mereka menyukai Air Mineral Ades dalam kemasan botol, semua

responden menjawab “tidak menyukai Air Mineral Ades”. Saat ditanya lebih lanjut tentang alasan mereka tidak menyukai Air Mineral Ades, pendapat mereka yang tidak menyukainya dapat ditampilkan dalam tabel berikut:

**Tabel 1. 2**

**Data Observasi Alasan Mengapa Tidak menyukai Air Mineral Merk Ades di Kecamatan Kayuagung, Kabupaten Ogan Komering Ilir**

No	Alasan	Jumlah (orang)
1	Tidak suka dengan rasanya	7
2	Rasa airnya berubah jika terlalu lama terkena terik matahari	4
3	Iklannya tidak menarik	4
4	Tidak mengetahui kalau ada air mineral merek ades	5
5	Sulit ditemukan	6
6	Stok yang terbatas	4
Total		30

Sumber : Data Observasi 2023

Pada tabel 1.2 terdapat permasalahan pada variabel Kualitas Produk, Promosi dan Distribusi. Selanjutnya peneliti melakukan pra riset yang pernyataannya didapatkan dari pengembangan data observasi yang dilakukan di Kecamatan Kayuagung, Kabupaten Ogan Komering Ilir mengenai air mineral merek Ades sebanyak 30 responden.

Berikut hasil pra riset pada 30 penduduk di Kecamatan Kayuagung, Kabupaten Ogan Komering Ilir yang pernah mengkonsumsi dan membeli air mineral merek Ades sebagai berikut :

**Tabel 1. 3****Hasil Pra riset air mineal merek Ades di Kecamatan Kayuagung, Kabupaten Ogan Komering Ilir**

<b>No.</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Setuju</b>	<b>Tidak Setuju</b>
1	Tidak menyukai rasa air mineral merek Ades	19	11
2	Rasa air mineral merek Ades berubah jika terlalu lama terkena terik matahari	22	8
3	Promosi air mineral merek Ades jarang terlihat di televisi dan media massa	24	6
4	Air mineral merek Ades jarang memberikan promo atau diskon	21	9
5	Sulit menemukan air mineral merek Ades di warung ataupun toko lainnya	19	11
6	Ketersediaan air mineral Merek Ades terbatas	21	9
<b>Jumlah</b>		<b>30 Masyarakat</b>	

Sumber : Hasil Pra riset 2023

Berdasarkan Pernyataan dalam keputusan pembelian Air mineral Ades dalam kemasan botolan sebagai berikut :

### **1. Kualitas Produk**

Variabel kualitas produk terbentuk dari jawaban responden terletak pada pernyataan no 1, “Tidak menyukai rasa air mineral merek Ades ” sebanyak 19 orang yang Setuju dan 11 orang yang Tidak setuju, yang mana perihal itu menunjukkan bahwa rasa air mineralnya kurang pas di masyarakat, serta pada alasan no 2, “Rasa air mineral merek Ades berubah jika terlalu lama terkena terik matahari” sebanyak 22 orang yang Setuju dan 8 orang yang

Tidak setuju, yang mana pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kualitas air mineral ades kurang bagus.

## **2. Promosi**

Variabel Promosi terbentuk dari jawaban responden terletak pada alasan no 3, “Promosi air mineral merek Ades jarang terlihat di televisi dan media massa” sebanyak 24 orang yang Setuju dan 6 orang yang Tidak setuju, yang mana pernyataan ini menandakan bahwa kurangnya promosi air mineral Ades, serta pada alasan no 4, “Air mineral merek Ades jarang memberikan promo atau diskon” sebanyak 21 orang yang Setuju dan 9 orang yang Tidak setuju, yang mana pernyataan ini menandakan bahwa kurangnya promosi berupa *reward* terhadap konsumen air mineral Ades,

## **3. Distribusi**

Variabel Distribusi terbentuk dari dari jawaban responden terletak pada alasan no 5, “Sulit menemukan air mineral merek Ades di warung ataupun toko lainnya” sebanyak 19 orang yang Setuju dan 11 orang yang Tidak setuju, yang mana pernyataan ini menunjukkan bahwa kurangnya distribusi air mineral Ades, serta pada alasan no 6, “Ketersediaan air mineral Merek Ades terbatas” sebanyak 19 orang yang Setuju dan 11 orang yang Tidak setuju yang mana pernyataan ini menandakan bahwa kurangnya *supply* air mineral ades yang berada di pasar.

Dengan mempertimbangkan fenomena yang telah dijabarkan, penulis tertarik melaksanakan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Merek Ades di Kecamatan Kayuagung Kabupaten Ogan Komering Ilir”.

## **B. Rumusan Masalah**

Dari fenomena yang telah diuraikan, maka rumusan masalahnya antara lain:

1. Apakah ada pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian air mineral merek Ades di Kecamatan Kayuagung, Kabupaten Ogan Komering Ilir?
2. Apakah ada pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian air mineral merek Ades di Kecamatan Kayuagung, Kabupaten Ogan Komering Ilir ?
3. Apakah ada pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian air mineral merek Ades di Kecamatan Kayuagung, Kabupaten Ogan Komering Ilir ?
4. Apakah ada pengaruh Distribusi terhadap Keputusan Pembelian air mineral merek Ades di Kecamatan Kayuagung, Kabupaten Ogan Komering Ilir ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, Maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menilai:

1. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian air mineral merek Ades di Kecamatan Kayuagung, Kabupaten Ogan Komering Ilir
2. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian air mineral merek Ades di Kecamatan Kayuagung, Kabupaten Ogan Komering Ilir
3. Untuk mengetahui Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian air mineral merek Ades di Kecamatan Kayuagung, Kabupaten Ogan Komering Ilir
4. Untuk mengetahui Pengaruh Distribusi terhadap Keputusan Pembelian air mineral merek Ades di Kecamatan Kayuagung, Kabupaten Ogan Komering Ilir.



#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan, wawasan, dan kontribusi pada perkembangan teori ilmu pengetahuan terkait kualitas produk dan promosi dalam konteks keputusan pembelian.

2. Manfaat bagi almamater

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi yang berguna.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta
- Asiati, Diah Isnaini, Dkk. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Palembang : Noer Fikri
- Assauri, Sofjan. (2013). *Manajemen pemasaran: Konsep, dasar dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Danang Suntoyo. (2014). *Dasar-dasar manajemen pemasaran (konsep, strategi dan kasus)*. Yogyakarta: CAPS.
- Danang Suntoyo. (2018). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan kasus) Edisi Ketiga*. Jakarta : CAPS
- Etzel, Michael, J. Walker, J. W. & Stanton, W, J. (2013). *Marketing* (12th). NewYork, USA: McGraw-Hill Irwin.
- Harahap, W. R. (2021). Penerapan strategi promosi perpustakaan. *JUPI (Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi)*, 6(1), 103-116.
- Iqbal Hasan. (2015). *Pokok Materi, Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Kotler, Phillip & Armstrong, Gery (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. (Edisi 13). Jilid 1. Jakarta: Andy.
- Kotler, Phillip & Keller, Kevin. Lane. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 14) Jilid 1, Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran*. (Edisi 6) Yogyakarta: Andy
- Niu, F. A. L., & Mokodompit, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Kemasan Aqua Pada Masyarakat Lingkungan IV Di Kelurahan Malendeng. *Maqrizi: Journal of Economics and Islamic Economics*, 1(1), 11-20.
- Pratama, I. P. P., & Pudjoprastyono, H. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan (AMDK) Ades di Wilayah Rungkut Surabaya. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 8(1), 1180-1184.
- Rambat Lupiyoadi (2013). *Manajemen Pemasaran ( Berbasis Kompetensi)* (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat
- Rusyidi Abubakar. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: ALFABETA

- Satria, C., & Rahayu, S. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Ajwa Di 212 Mart Nigata Plaju Palembang. *MOTIVASI*, 4(1), 604-616.
- Santoso, R., Munawi, H. A., & Nevita, A. P. (2020). Analisa perilaku konsumen: Strategi memenangkan persaingan bisnis di era ekonomi digital. *Jurnal G-Tech*, 4(1), 286-293.
- Satria, C., & Rahayu, S. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Ajwa Di 212 Mart Nigata Plaju Palembang. *MOTIVASI*, 4(1), 604-616.
- Setiawan, M. D. (2022). Pengaruh Kualitas Harga Dan Promosi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Dalam Kemasan (Amdk) Merek Aqua. *Jurnal Cafeteria*, 3(2), 29-37.
- Sucihati, R. N., Susanto, D., & Nandasari, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Semongkat. *Samalewa: Jurnal Riset & Kajian Manajemen*, 2(2), 223-234.
- Sugiyono . (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.CV
- Sugiyono, (2019) Metode Penelitian Kombinasi. PT. Alfabeta: Bandung.
- Suryati, Lili. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Sleman: Budi Utama.
- Tjiptono, Fandy. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta. Andi
- Tjiptono, Fandy. (2019). *Strategi Pemasaran*. (Edisi 4). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy & Chandra, Gregorius. (2020). *Pemasaran Strategik : Domain, Determain, Dinamika*. Yogyakarta: Andi.
- <https://data.goodstats.id/statistic/embed/7-merek-air-mineral-dalam-botol-favorit-masyarakat-indonesia-2023-2P49T>