

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan distribusi terhadap keputusan pembelian produk herbal HNI-HPAI baik secara parsial maupun secara simultan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu produk herbal HNI-HPAI yang telah dibeli oleh seluruh konsumen di *Stockist Center* baik konsumen yang telah terdaftar sebagai Agen maupun yang belum terdaftar sebagai Agen.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Accidental Sampling* dengan jumlah 80 responden yang telah berusia minimal 18 tahun dengan pengambilan data primer dari responden mengenai identitas dan pertanyaan dari variabel yang diteliti. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif verifikatif (kausal) melalui analisis regresi linier berganda.

Hasil analisis uji-t (parsial) menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan dari promosi dengan nilai t hitung (5,287) > t tabel (1,664) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, kemudian terdapat pengaruh positif dan signifikan dari distribusi dengan nilai t hitung (5,586) > t tabel (1,664) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dan untuk hasil analisis uji F (simultan) menunjukkan bahwa promosi dan distribusi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai F hitung (91,180) > F tabel (3,12) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dengan besaran 70,3% dan sisanya 29,7% dipengaruhi faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Penelitian ini menunjukkan bahwa pada pengujian secara parsial kedua variabel terikat yaitu promosi dan distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk herbal HNI-HPAI di kecamatan Bandung Kulon Kota Bandung. Kemudian secara simultan menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk herbal HNI-HPAI di kecamatan Bandung Kulon Kota Bandung.

Kata kunci: Promosi, Distribusi, Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji syukur kehadirat Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* Yang Maha Kuasa atas segala sesuatu dan atas segala limpahan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad *Shallallahu 'Alaihi Wa Sallam* yang merupakan inspirator terbesar dalam segala keteladanannya. Karena berkat hidayah dan taufik-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Promosi dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Herbal HNI-HPAI (Studi Pada Konsumen Produk Herbal HNI-HPAI di Kecamatan Bandung Kulon Kota Bandung)”**.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

Penulis menyadari bahwa penyusunan usulan penelitian ini masih jauh dari sempurna mengingat keterbatasan pengalaman dan kemampuan penulis. Namun penulis berusaha semaksimal mungkin untuk tetap menyelesaikannya dengan sebaik mungkin. Penulis akan menerima segala tanggapan, saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulisan skripsi ini, sehingga akan bermanfaat untuk penulis dimana sekarang juga dimasa yang akan datang.

Dengan setulus hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada pihak-pihak yang telah membantu, membimbing, dan

memberikan saran serta dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta Ayahanda Kusno Sujarwadi dan Ibunda Lia Cahayati yang telah memberikan banyak kasih sayang yang senantiasa berlimpah dan dukungan baik moral maupun materil serta doa yang tak terkira. Dan kepada adik-adik penulis Nazwa Maulinda dan Afiqah Hazirah yang telah memberikan doa dan dukungannya selama perkuliahan ini.
2. Keluarga besar Ibu Wasriah dan Bapak Subar (alm) juga keluarga besar Ibu Ai dan Bapak Amin (alm) yang telah memberikan motivasi dan doanya.
3. Bapak Prof. Dr. H. Mahmud, M.Si, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.
4. Bapak Ahmad Ali Nurdin, MA., Ph. D, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.
5. Bapak Dr. Muhammad Zaky, SE., M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen.
6. Bapak Dr. H. Eri Novari, SE., MM, selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing, memberikan arahan, dan motivasi kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi.
7. Bapak Budi Budiman, M.Ag, M.Si, selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing, memberikan arahan, dan motivasi kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi.
8. Segenap Bapak dan Ibu Dosen, dan Staff Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah mendidik dan membantu seluruh mahasiswa agar menjadi lulusan yang bermanfaat bagi keluarga, masyarakat dan negara.

9. Sahabat-sahabat penulis Gina Kurniasari, Fauziana, Siti Nurfadhillah, Deneise Chandra, Rani Najipah, Hanifah yang telah memberikan dukungan dan motivasinya.
10. Teman-teman seperjuangan Manajemen C 2015 dan teman-teman Manajemen Pemasaran A yang tidak bisa disebutkan satu per satu, terima kasih untuk segala kenangan juga kerja sama dalam berbagi ilmunya.
11. Teman-teman KKN 153 Desa Panyocokan yang telah membantu dan memotivasi dalam pembuatan skripsi ini.
12. Para konsumen Produk HNI-HPAI yang telah membantu penulis dalam mendapatkan data-data dan informasi yang dibutuhkan oleh penulis.
13. Dan kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu, mempermudah dan mempelancar hingga akhirnya skripsi ini selesai.

Saran dan kritik yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi penyempurnaan selanjutnya. Akhirnya hanya kepada Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* penulis kembalikan segala urusan dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi penulis umumnya bagi pembaca. *Aamiin Yaa Rabbal'alamiin.*

Bandung, Juli 2019

Penulis,

Esi Fitra Amelia