

ABSTRAK

Muhammad Al Dafa Putra Sopiana (1209240128) : “PENGARUH PERILAKU KONSUMEN DAN DISRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GAS LPG 3 KG PADA PT. SUMBER GAS LESTARI SOREANG KAB BANDUNG”

Perubahan dinamis dalam perilaku konsumen dan strategi distribusi produk menjadi tantangan utama bagi sebuah perusahaan. Konsumen semakin kritis dalam memilih produk, dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti keamanan, efisiensi, dan kepercayaan terhadap merek. Selain itu, efektivitas distribusi menjadi krusial untuk memastikan ketersediaan produk tepat waktu di pasar.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari perilaku konsumen dan distribusi terhadap keputusan pembelian Gas Lpg 3 Kg Pada Pt. Sumber Gas Lestari Soreang Kab Bandung.

Metode Penelitian yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi pada penelitian ini sejumlah 215 orang konsumen dengan sampel yang diambil sejumlah 100 orang konsumen yang diambil menggunakan teknik *simple random sampling* dengan rumus Slovin. Penyebaran kuesioner dilakukan terhadap 100 responden yang merupakan konsumen PT. Sumber Gas Lestari. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji instrument serta uji hipotesis untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwasannya Perilaku Konsumen (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hal tersebut dapat diketahui dari bahwa nilai thitung > ttabel yaitu $-3.702 > 1,660$ serta nilai signifikansi Perilaku Konsumen (X1) adalah $0,000 < 0,05$. Distribusi (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hal tersebut dapat diketahui dari nilai t_hitung > t_tabel yaitu $11.810 > 1,660$. Serta nilai signifikansi Distribusi (X2) adalah $0,000 < 0,05$. Perilaku Konsumen (X1) dan Distribusi (X2) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini dapat terlihat dari nilai fhitung > ftabel yaitu $122.564 > 3,09$. dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 > 0,05$, Dengan R2 sebesar 71,6%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa keputusan pembelian (Y) sebesar 71,6% dapat dijelaskan oleh variabel independent yaitu Perilaku Konsumen dan Distribusi. Sedangkan sebesar 28,4% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini yang kemudian dijelaskan pada bagian pembahasan.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Distribusi, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Muhammad Al Dafa Putra Sopiana (1209240128) : “PENGARUH PERILAKU KONSUMEN DAN DISRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GAS LPG 3 KG PADA PT. SUMBER GAS LESTARI SOREANG KAB BANDUNG”

Dynamic changes in consumer behavior and product distribution strategies are the main challenges for a company. Consumers are increasingly critical in choosing products, influenced by factors such as safety, efficiency and brand trust. In addition, distribution effectiveness is crucial to ensure timely product availability on the market.

The aim of this research is to determine the influence of consumer behavior and distribution on purchasing decisions for 3 Kg Lpg Gas at Pt. Soreang Sustainable Gas Source, Bandung Regency.

The research method used in this research uses quantitative methods. The population in this study was 215 consumers with a sample of 100 consumers taken using a simple random sampling technique with the Slovin formula. Questionnaires were distributed to 100 respondents who were consumers of PT. Sustainable Gas Source. The data analysis technique used is instrument testing and hypothesis testing to test the influence of the independent variable on the dependent variable.

The results of this research show that consumer behavior (X1) has a significant effect on purchasing decisions (Y). This can be seen from the value of $t_{count} > t_{table}$, namely $-3,702 > 1,660$ and the significance value of Consumer Behavior (X1) is $0.000 < 0.05$. Distribution (X2) has a significant effect on purchasing decisions (Y). This can be seen from the value of $t_{count} > t_{table}$, namely $11,810 > 1,660$. And the distribution significance value (X2) is $0.000 < 0.05$. Consumer Behavior (X1) and Distribution (X2) simultaneously influence purchasing decisions (Y). This can be seen from the value of $f_{count} > f_{table}$, namely $122,564 > 3.09$. with a significance value of $0.000 > 0.05$, with R^2 of 71.6%. These results show that purchasing decisions (Y) of 71.6% can be explained by the independent variables, namely Consumer Behavior and Distribution. Meanwhile, 28.4% can be explained by other variables not examined in this research which are then explained in the discussion section..

Keywords: *Consumer Behavior, Distribution, Purchasing Decision*