

ABSTRAK

Arif Hidayat, NIM: 1820310148, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Judul: Pengaruh Harga, Saluran Distribusi, dan Daya Beli Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Jenang Pada CV. Mubarakfood Cipta Delicia Dalam Perspektif Islam Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Kudus.

Penelitian ini dilakukan oleh penulis karena di latarbelakangi dengan masalah penjualan yang ada di CV. Mubarakfood Cipta Delicia yang terbilang mengalami penurunan pada tahun 2019-2020 karena terdampak adanya covid-19. CV. Muabarokfood Cipta Delicia bergerak dalam bidang usaha makanan jenang/dodol. Harga merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan penjualan, karena konsumen dalam membeli akan membandingkan harga yang dipatok dengan kualitas maupun manfaat dari produk. Saluran distribusi disini tidak kalah penting dari harga karena saluran distribusi ini menjadi salah satu alasan menurunnya penjualan perusahaan, distribusi dikatakan penting karena dalam melayani konsumen agar dapat tepat waktu serta tepat sasaran. Sistem distribusi Jenang Mubarak ada 2 jenis yang dikembangkan, yaitu distribusi langsung dan distribusi tidak langsung. Distribusi langsung ini meliputi penjualan toko pusat dan penjualan melalui *salesman*, sedangkan distribusi tidak langsung meliputi penjualan yang dilakukan agen. Daya beli merupakan kemampuan dari seseorang dalam membeli produk atau jasa yang dibutuhkan, dimana kemampuan seseorang menjadi hal yang berpengaruh terhadap penjualan perusahaan. Daya beli ditandai dengan meningkat jika lebih tinggi dibanding periode lalu sedangkan daya beli menurun ditandai dengan lebih tingginya kemampuan beli masyarakat daripada periode sebelumnya.

Penelitian ini menggunakan jenis kerja lapangan (*field reseach*) dengan menggunakan metode kuantitatif. Populasi yang ada dalam penelitian ini seluruh *customer* yang ada di CV. Mubarakfood Cipta Delicia dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 orang. Teknik penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dengan menentukan ukuran menggunakan *accidental sample*. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji prasyarat menggunakan uji multikoloneoritas, uji heterokedastisitas, uji normalitas, dan uji autokorelasi. Selanjutnya untuk analisis data menggunakan uji regresi linier berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi.

Teory yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Theory of Reasoned Action* (TRA) dimana dalam teori ini menerangkan bahwa keputusan pembelian timbul karena adanya sikap dan niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku. Teori ini menunjukkan bahwa niat yang lebih kuat mengaruh pada peningkatan upaya untuk melakukan perilaku, yang juga meningkatkan kemungkinan perilaku tersebut dilakukan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga, saluran distribusi, dan daya beli konsumen postitif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jenang pada CV. Mubarakfood Cipta Delicia. Dari ketiga variabel tersebut daya beli memiliki pengaruh yang paling besar dalam pengambilan keputusan pembelian jenang pada CV. Mubarakfood Cipta Delicia.

Kata Kunci: Harga, Saluran Distribusi, Daya Beli, dan Keputusan Pembelian