

ABSTRAK

Kamilatur RZ, Aini. 2021. Skripsi. Pengaruh Saluran Distribusi Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Transaksi Nasabah Di PT. Pegadaian Unit Dringu Cabang Probolinggo. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Marga Probolinggo.

Saluran distribusi merupakan elemen vital dalam kegiatan pemasaran suatu produk. Suatu perusahaan harus melakukan distribusi karena pendistribusian merupakan salah satu proses penyetoran atau penawaran suatu produk ke dalam lingkup pasar. Pendistribusian dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian produk berupa barang dan jasa kepada konsumen. Selain saluran distribusi, produsen juga harus mampu mengetahui perilaku dari konsumen itu sendiri. Perilaku konsumen dapat dikatakan adalah muara dari berbagai teori ekonomi, karena semua kegiatan ekonomi akan berkaitan dan berakhir kepada sikap atau perilaku konsumen. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Saluran Distribusi Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Transaksi Nasabah di PT. Pegadaian Unit Dringu Cabang Probolinggo.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah semua nasabah yang menabung dengan sistem tabungan emas di PT. Pegadaian Unit Dringu Cabang Probolinggo periode Februari sampai Maret yaitu sebanyak 112 orang. Dalam menentukan sampel, teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti yaitu teknik *Nonprobability Sampling* yang lebih khusus dengan sampel insidental. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 41 orang nasabah yang sedang berada di PT. Pegadaian Unit Dringu Cabang Probolinggo dan melakukan transaksi tabungan emas periode Februari sampai Maret. Metode analisis data berupa uji validitas, uji reliabilitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, uji normalitas, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi (R^2), uji t atau uji parsial, uji F atau uji simultan, dan uji variabel dominan.

Hasil dari penelitian ini adalah (1) Saluran Distribusi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Transaksi karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($t_{hitung} 3,897 > t_{tabel} 2,024$ dan nilai sig. $0,000 < 0,025$). (2) Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Transaksi memiliki pengaruh yang positif karena nilai $t_{hitung} 7,855 > t_{tabel} 2,024$ dan nilai sig. $0,000 < 0,025$. (3) Perilaku Konsumen berpengaruh dominan terhadap Keputusan Transaksi Nasabah

Kata kunci : Saluran Distribusi, Perilaku Konsumen dan Keputusan Transaksi

ABSTRACT

Kamilatur RZ, Aini. 2021. Thesis. The Influence of Distribution Channels and Consumer Behavior on Customer Transaction Decisions at PT. Pegadaian Unit Dringu, Probolinggo Branch. Management Study Program, Faculty of Economics, Panca Marga University, Probolinggo.

Distribution channels are a vital element in the marketing activities of a product. A company must do distribution because distribution is one of the processes of stocking or offering a product to the market scope. Distribution can be defined as a marketing activity that seeks to facilitate and facilitate the delivery of products in the form of goods and services to consumers. Apart from distribution channels, producers must also be able to know the behavior of the consumers themselves. Consumer behavior can be said to be the estuary of various economic theories, because all economic activities will be related to and end up with consumer attitudes or behavior. The objective of this research is to determine the influence of distribution channels and consumer behavior on customer transaction decisions at PT. Pegadaian Unit Dringu, Probolinggo Branch.

This research uses quantitative methods. The population in this study were all customers who saved using the gold savings system at PT. Pawnshop Unit Dringu, Probolinggo Branch from February to March, totaling 112 people. In determining the sample, the sampling technique used by the researcher is the Nonprobability Sampling technique which is more specific with incidental samples. The sample in this study were 41 customers who were at PT. Pegadaian Unit Dringu, Probolinggo Branch and conduct gold savings transactions for the period February to March. The data analysis methods are validity test, reliability test, multicollinearity test, autocorrelation test, heteroscedasticity test, normality test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination (R^2), t test or partial test, F test or simultaneous test, and dominant variable test.

The results of this study are (1) Distribution Channels have a significant effect on Transaction Decisions because the value of $t_{count} > t_{table}$ ($t_{count} 3,897 > t_{table} 2,024$ and sig. $0,000 < 0,025$). (2) Consumer Behavior on Transaction Decisions has a positive effect because the t_{count} is $7.855 > 2.024$ and the sig. $0.000 < 0.025$. (3) Consumer Behavior has a dominant effect on Customer Transaction Decisions

Keywords: Distribution Channels, Consumer Behavior and Transaction Decisions