

**ANALISIS DISTRIBUSI, KUALITAS LAYANAN, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
KONVEKSI PADA KONSUMEN PRIMA DONA CLOTH**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Pada Prodi Manajemen



OLEH:

PRIMA DWI PURNOMO
NPM: 2212010493

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS (FEB)
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2026**

Skripsi Oleh:

PRIMA DWI PURNOMO

NPM: 2212010493

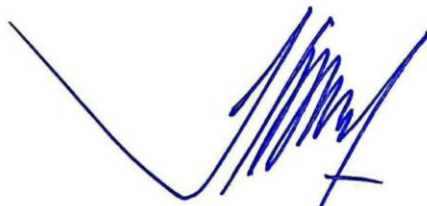
Judul:

**ANALISIS DISTRIBUSI, KUALITAS LAYANAN, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KONVEKSI
PADA KONSUMEN PRIMA DONA CLOTH**

Telah disetujui untuk diajukan kepada Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Prodi Manajemen FEB UN PGRI Kediri

Tanggal: 18 Juni 2026

Pembimbing I



Sigit Wisnu Setya Bhirawa, S.E, M.M.
NIDN. 0720108202

Pembimbing II



Basthoumi Muslih, S.P.d, M.M.
NIDN. 0701018607

Skripsi Oleh:

PRIMA DWI PURNOMO

NPM: 2212010493

Judul:

**ANALISIS DISTRIBUSI, KUALITAS LAYANAN, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
KONVEKSI PADA KONSUMEN PRIMA DONA CLOTH**

Telah dipertahankan di depan panitia Ujian/Sidang Skripsi
Prodi Manajemen FEB UN PGRI Kediri
Pada Tanggal: 16 Juli 2026

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

- | | | |
|---------------|--|---------|
| 1. Ketua | : Sigit Wisnu Setya Bhirawa, S.E, M.M. | (.....) |
| 2. Penguji I | : Restin Meilina, S.E, M.M | (.....) |
| 3. Penguji II | : Basthoumi Muslih, S.P.d, M.M. | (.....) |

Mengetahui,
Dekan FEB



Dr. Amin Tohari, M.Si.
NIDN. 0915078102

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : PRIMA DWI PURNOMO
Jenis Kelamin : Laki - Laki
Tempat/tgl. Lahir : Trenggalek, 16 Januari 2003
NPM : 2212010493
Fak : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam skripsi ini tidak tersapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak dapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar Pustaka.

Kediri, 18 Juni 2026

Yang Menyatakan



PRIMA DWI PURNOMO

NPM: 2212010493

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Jika hari ini terasa sulit, ingatlah bahwa dirimu telah berhasil melewati banyak hal yang dulu terasa mustahil. Apa yang ditakdirkan untukmu akan menemukan jalannya; tugasmu hanyalah berusaha, bertahan, dan tidak berhenti.”

(Prima Dwi P.)

Kupersembahkan karya ini buat:

Kupersembahkan karya ini untuk Ayah, Ibu, dan Kakakku tercinta. Terima kasih atas setiap doa, kasih sayang, pengorbanan, serta dukungan yang tak pernah putus.

Tanpa kalian, perjalanan ini tidak akan sampai pada titik ini.

ABSTRAK

Prima Dwi Purnomo: Analisis Distribusi, Kualitas Layanan, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Konveksi pada Konsumen Prima Dona Cloth. Skripsi, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusantara PGRI Kediri, 2026.

Kata Kunci: Distribusi, Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.

Perkembangan industri konveksi di Indonesia yang semakin pesat mendorong persaingan antar pelaku usaha semakin ketat, termasuk di Kabupaten Trenggalek. Pelaku usaha dituntut untuk memastikan ketepatan distribusi, memberikan kualitas layanan yang responsif, serta menghadirkan produk berkualitas sebagai penentu keputusan pembelian konsumen. Namun, ditemukan fenomena keterlambatan pengiriman, keluhan terhadap pelayanan admin, dan inkonsistensi kualitas produk pada Prima Dona Cloth yang berpotensi menurunkan keputusan pembelian konsumen.

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh distribusi, kualitas layanan, dan kualitas produk secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian produk konveksi pada konsumen Prima Dona Cloth. Pendekatan kuantitatif kausal digunakan dengan sampel 80 responden yang ditentukan melalui teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner berskala *Likert* 1–5 dan dianalisis dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t, uji F, serta koefisien determinasi menggunakan IBM SPSS versi 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ($t = 5,982$; $\text{sig.} = 0,000$), kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ($t = 6,625$; $\text{sig.} = 0,000$), dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ($t = 5,947$; $\text{sig.} = 0,000$). Secara simultan, ketiga variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ($F = 34,733$; $\text{sig.} = 0,000$) dengan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,562, yang berarti 56,2% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh model ini. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah: $Y = -1,977 + 0,343X_1 + 0,362X_2 + 0,327X_3$. Penelitian ini mengonfirmasi bahwa kualitas layanan merupakan variabel dengan pengaruh paling dominan. Prima Dona Cloth disarankan memprioritaskan peningkatan responsivitas layanan, optimalisasi sistem distribusi, serta pengendalian kualitas produk secara konsisten dan sinergis.

PRAKATA

Puji Syukur Kami panjatkan kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena atas rahmat, karunia, serta hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini dengan baik.

Skripsi yang berjudul “Analisis Distribusi, Kualitas Layanan, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Konveksi Pada Konsumen Prima Dona Cloth” ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Penulisan Skripsi ini tentu tidak lepas dari bantuan, dukungan, dan doa dari banyak pihak. Sebagai wujud syukur, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunianya
2. Dr. Zainal Afandi, M.Pd., selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Dr. Amin Tohari, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Ibu Restin Meilina, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen, saya terima kasih atas bimbingan dan dukungannya sangat berarti bagi saya.
5. Saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Dosen Pembimbing 1 Bapak Sigit Wisnu Setya Bhirawa, M.M., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan dan bantuannya dalam menyelesaikan Skripsi ini.
6. Saya juga ingin mengucapkan terima kasih kepada Dosen Pembimbing 2 Bapak Basthoumi Muslih, S.Pd, M.M., atas bimbingan dan dukungan yang luar biasa selama proses penelitian ini. Bimbingan bapak sangat membantu saya dalam mengembangkan pemahaman dan keterampilan saya.
7. Ibu dan Bapak selaku *Support System* penulis. Terima kasih tak terhingga atas setiap doa yang tak pernah putus, pengorbanan, dan dukungan yang diberikan kepada penulis selama mengerjakan Proposal Skripsi ini.
8. Teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan semangat dan menemani dalam setiap proses pengerjaan Skripsi ini.

9. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu menyelesaikan Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan ilmu dan pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis dengan tangan terbuka menerima segala bentuk kritik dan saran yang membangun dari para pembaca demi kesempurnaan. Penulis berharap semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif, baik bagi dunia akademik maupun bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Kediri, 18 Juni 2026

Yang Menyatakan



PRIMA DWI PURNOMO

NPM: 2212010493

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
A. Teori dan Penelitian Terdahulu Variabel Keputusan Pembelian	7
B. Teori dan Penelitian Terdahulu Variabel Distribusi	12
C. Teori dan Penelitian Terdahulu Variabel Kualitas Layanan	16
D. Teori dan Penelitian Terdahulu Variabel Kualitas Produk	21
E. Kerangka Berpikir.....	26
F. Hipotesis Penelitian.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Desain Penelitian.....	31
B. Definisi Operasional Variabel	32
C. Instrumen Penelitian.....	35
1. Pengembangan Instrumen.....	35
2. Uji Validitas dan Reliabilitas	39
D. Tempat dan Jadwal Penelitian	43
1. Tempat Penelitian	43
2. Jadwal Penelitian	44
E. Populasi dan Sampel	44
1. Populasi	44
2. Sampel	45
F. Prosedur Penelitian.....	46
1. Sumber Data	47
2. Teknik Pengumpulan Data.....	47

G. Teknik Analisis Data	49
1. Analisis Deskriptif.....	49
2. Uji Asumsi Klasik.....	49
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	51
4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	52
5. Uji Hipotesis	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
A. Hasil Penelitian	54
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	54
2. Deskripsi Penelitian.....	59
3. Uji Asumsi Klasik.....	78
4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	83
5. Uji Koefisien Determinasi.	85
6. Pengujian Hipotesis	85
B. Pembahasan.....	87
BAB V PENUTUP	94
A. Simpulan	94
B. Implikasi.....	94
C. Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA.....	98
LAMPIRAN.....	100

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2. 1 Penelitian Terdahulu Variabel Keputusan Pembelian	10
2. 2 Penelitian Terdahulu Variabel Distribusi.....	15
2. 3 Penelitian Terdahulu Variabel Kualitas Layanan	19
2. 4 Penelitian Terdahulu Variabel Kualitas Produk	24
3. 1 Penelitian Skala Likert	36
3. 2 Instrumen Penelitian.....	37
3. 3 Hasil Uji Validitas	40
3. 4 Hasil Uji Reliabilitas	42
3. 5 Jadwal Penelitian.....	44
4. 1 Frekuensi Jenis Kelamin Responden	57
4. 2 Frekuensi Usia Responden.....	58
4. 3 Pernyataan Responden Variabel Keputusan Pembelian	59
4. 4 Pernyataan Responden Variabel Distribusi	64
4. 5 Pernyataan Responden Variabel Kualitas Layanan	69
4. 6 Pernyataan Responden Variabel Kualitas Produk	74
4. 7 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov.....	79
4. 8 Hasil Uji Multikoloniertaitas	81
4. 9 Hasil Uji Glejser.....	82
4. 10 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	84
4. 11 Hasil Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R Square</i>)	85
4. 12 Hasil Uji t (Parsial).....	86
4. 13 Hasil Uji F (Simultan).....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. 1 Tren kontribusi PDB industri tekstil dan pakaian jadi di Indonesia	2
2. 1 Kerangka Konseptual Penelitian	29
3. 1 Peta Konveksi Prima Dona Cloth Trenggalek	44
4. 1 Struktur Organisasi Prima Dona Cloth	56
4. 2 Grafik Normal P-P Plot	80
4. 3 Grafik Scatterplot	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1 Kuisisioner Penelitian	101
2 Tabulasi Data Hasil Penelitian	107
3 <i>Output</i> SPSS.....	114
4 Surat Permohonan Izin Penelitian	119
5 Surat Balasan Penelitian.....	120
6 Berita Acara Perkembangan Bimbingan	121
7 Surat Keterangan Bebas <i>Similarity</i>	124
8 Bukti Submission Artikel	125

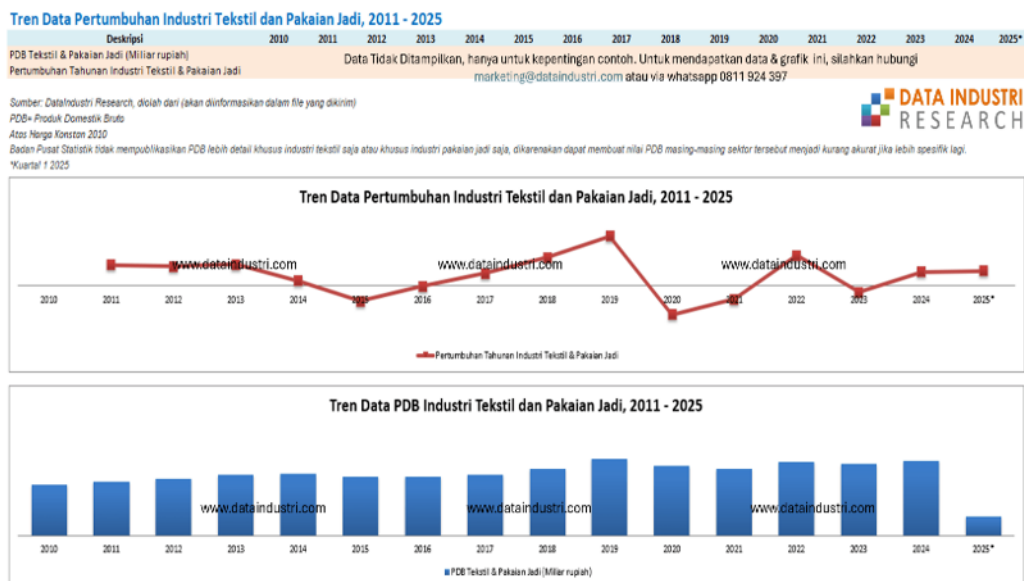
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri konveksi di Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup pesat seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap produk sandang, baik untuk kebutuhan individu maupun kelompok. Produk konveksi seperti kaos, *jersey*, *hoodie*, kemeja PDH (Pakaian Dinas Harian), bordir, sablon, bendera *flag*, dan *banner* menjadi kebutuhan yang banyak diminati oleh berbagai kalangan, mulai dari pelajar, komunitas, instansi, organisasi, hingga pelaku usaha. Kondisi tersebut menyebabkan persaingan antar usaha konveksi semakin ketat sehingga pelaku usaha dituntut untuk mampu memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen agar dapat mempertahankan keberlangsungan usaha dan meningkatkan daya saing (Hijriani et al., 2026). Keputusan pembelian konsumen dalam industri konveksi dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis yang secara simultan berperan dalam membentuk perilaku konsumen sebelum melakukan pembelian (Bhirawa & Maharani, 2022). Selain itu, kualitas layanan yang diberikan pelaku usaha terbukti menjadi salah satu faktor penentu keputusan pembelian, di mana semakin baik kualitas layanan yang dipersepsikan konsumen maka semakin tinggi pula kecenderungan untuk melakukan keputusan pembelian (Widayanti et al., 2023). Dalam kondisi persaingan yang semakin kompetitif, perusahaan perlu memahami perilaku konsumen guna menciptakan strategi pemasaran yang efektif untuk mempertahankan pelanggan dan meningkatkan keputusan pembelian (Kotler & Keller, 2016:27).

Sebagai salah satu sektor manufaktur andalan, industri konveksi memiliki peran strategis dalam menopang perekonomian nasional. Hal ini dibuktikan melalui data kontribusi Produk Domestik Bruto (PDB) industri tekstil dan pakaian jadi yang disajikan pada Gambar 1.1.



Sumber: dataindustri.com | Badan Pusat Statistik (BPS)

Gambar 1. 1

Tren kontribusi PDB industri tekstil dan pakaian jadi di Indonesia

Berdasarkan gambar tersebut, dapat dilihat bahwa nilai PDB sektor ini secara umum menunjukkan tren yang stabil dan berkontribusi besar setiap tahunnya. Meskipun sempat terjadi dinamika ekonomi dalam beberapa tahun terakhir, industri ini tetap menjadi sektor yang potensial untuk diteliti karena skala ekonominya yang besar di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis lebih dalam mengenai bagaimana saluran distribusi, kualitas layanan, dan kualitas produk yang ditawarkan dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen, khususnya pada produk konveksi Prima Dona Cloth.

Dengan demikian, pemahaman mengenai bagaimana konsumen mengambil keputusan pembelian menjadi aspek penting untuk diteliti lebih lanjut. Keputusan pembelian dapat diartikan sebagai tahap akhir dari proses pengambilan keputusan konsumen, di mana individu memilih satu alternatif produk atau merek yang dianggap paling sesuai dengan kebutuhannya (Kotler & Keller, 2016:198). Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya distribusi, kualitas layanan, dan kualitas produk (Ramadhani et al., 2024). Ketiga faktor tersebut menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan oleh pelaku usaha konveksi karena berhubungan langsung dengan kepuasan serta loyalitas konsumen.

Distribusi merupakan aktivitas penyaluran produk dari produsen kepada konsumen agar produk tersedia pada waktu, tempat, dan jumlah yang tepat sesuai kebutuhan konsumen. Saluran distribusi merupakan sekumpulan organisasi yang saling bergantung dan terlibat dalam proses penyediaan produk atau jasa sehingga dapat digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen (Kotler & Keller, 2016:516). Dalam usaha konveksi, sistem distribusi memiliki peran penting karena produk sering kali diproduksi berdasarkan pesanan (*custom order*) yang memiliki batas waktu tertentu. Fenomena yang terjadi pada Prima Dona Cloth di Kabupaten Trenggalek menunjukkan bahwa masih terdapat kendala dalam proses distribusi, seperti keterlambatan pengiriman pesanan kepada konsumen. Kondisi tersebut dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dan berpotensi menurunkan keputusan pembelian ulang apabila tidak ditangani dengan baik. Hal ini dikarenakan produk konveksi mayoritas berbasis pesanan (*custom order*) untuk keperluan dengan tenggat waktu tertentu, sehingga keterlambatan distribusi secara langsung dapat merugikan konsumen dalam hal ketepatan acara mereka. menunjukkan bahwa distribusi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT Bingas Manufacturing (Yuliyantie & Evyanto, 2022). Sejalan dengan temuan tersebut, penelitian pada usaha berbasis produk tekstil juga membuktikan bahwa saluran distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga efektivitas penyaluran produk menjadi aspek strategis yang tidak dapat diabaikan oleh pelaku usaha konveksi (Ema Nurzainul Hakimah et al., 2022). Penelitian terdahulu mengenai saluran distribusi produk sandang membuktikan bahwa efektivitas distribusi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Rafi & Hadi, 2026).

Selain distribusi, kualitas layanan juga menjadi faktor penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kualitas layanan berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang baik, cepat, responsif, dan sesuai dengan harapan pelanggan (Suyitno et al., 2023). Pada Prima Dona Cloth, ditemukan fenomena berupa adanya keluhan pelanggan terhadap pelayanan admin, seperti lambatnya respons komunikasi atau kurang maksimalnya pelayanan informasi terkait pesanan. Hal tersebut dapat

memengaruhi persepsi konsumen terhadap profesionalisme usaha sehingga berdampak pada keputusan pembelian.

Faktor lain yang tidak kalah penting adalah kualitas produk. Kualitas produk mencerminkan kemampuan suatu produk dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Dalam industri konveksi, kualitas produk dapat dilihat dari bahan yang digunakan, kerapian jahitan, hasil sablon atau bordir, ketahanan produk, serta kesesuaian desain dengan permintaan pelanggan. Konsumen pada umumnya akan mempertimbangkan kualitas produk sebelum memutuskan melakukan pembelian. Apabila kualitas produk tidak konsisten, maka dapat menimbulkan ketidakpuasan dan memengaruhi keputusan pembelian di masa mendatang. Pengaruh dominan dari karakteristik fisik pakaian ini sejalan dengan studi empiris yang menunjukkan bahwa kualitas produk sandang konveksi memiliki dampak positif yang signifikan dalam mendorong keputusan pembelian akhir konsumen (Wibowo et al., 2022).

Di sisi lain, persaingan usaha konveksi di Kabupaten Trenggalek juga semakin meningkat dengan banyaknya pelaku usaha sejenis yang menawarkan produk dan layanan serupa. Kondisi ini menyebabkan konsumen memiliki lebih banyak alternatif pilihan, sehingga Prima Dona Cloth perlu memahami faktor-faktor yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumennya. Selain itu, fenomena yang ditemukan di lapangan menunjukkan adanya dinamika keputusan pembelian, di mana konsumen cenderung ragu melakukan pemesanan ulang akibat adanya ketidakpastian waktu penyelesaian pesanan dan pelayanan informasi yang kurang konsisten pada Prima Dona Cloth. Hal tersebut mengindikasikan bahwa keputusan pembelian konsumen masih belum stabil dan perlu dianalisis lebih lanjut.

Berdasarkan fenomena tersebut, distribusi, kualitas layanan, dan kualitas produk menjadi faktor yang diduga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Prima Dona Cloth. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Distribusi, Kualitas Layanan, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Konveksi pada Konsumen Prima Dona Cloth.”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah distribusi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk konveksi pada konsumen Prima Dona Cloth?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk konveksi pada konsumen Prima Dona Cloth?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk konveksi pada konsumen Prima Dona Cloth?
4. Apakah distribusi, kualitas layanan, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk konveksi pada konsumen Prima Dona Cloth?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh distribusi terhadap keputusan pembelian produk konveksi pada konsumen Prima Dona Cloth.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian produk konveksi pada konsumen Prima Dona Cloth.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk konveksi pada konsumen Prima Dona Cloth.
4. Untuk menganalisis pengaruh distribusi, kualitas layanan, dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian produk konveksi pada konsumen Prima Dona Cloth.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya pada bidang manajemen pemasaran yang berkaitan dengan distribusi, kualitas layanan, kualitas produk, dan keputusan pembelian. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas topik serupa.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Prima Dona Cloth

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan bagi Prima Dona Cloth dalam meningkatkan kualitas distribusi, pelayanan, dan kualitas produk guna meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengalaman, dan kemampuan peneliti dalam menerapkan ilmu manajemen pemasaran yang diperoleh selama perkuliahan.

c. Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan referensi kepustakaan dan bahan kajian akademik bagi mahasiswa Program Studi Manajemen, khususnya dalam memperdalam pemahaman mengenai manajemen pemasaran dan perilaku konsumen.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan perbandingan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan distribusi, kualitas layanan, kualitas produk, dan keputusan pembelian.

DAFTAR RUJUKAN

- Bhirawa, S. W. S., & Maharani, D. P. (2022). Analisis Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi GO-JEK. *Simposium Manajemen dan Bisnis I Prodi Manajemen FEB UNP Kediri Tahun 2022*, 825–834. <https://doi.org/10.29407/htrs7186>
- Cicillia, V. C., & Handoyo, S. E. (2025). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Online Fashion. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 07(03), 1075–1083. <https://doi.org/10.24912/jmk.v7i3.34712>
- Ema Nurzainul Hakimah, Hakimah, E. N., & Bhirawa, S. W. S. (2022). Pengaruh Word Of Mouth, Kualitas Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Tenun Mulya. *Simposium Manajemen dan Bisnis I Prodi Manajemen FEB UNP Kediri Tahun 2022*, 346–352. <https://doi.org/10.29407/krvaeh66>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gustini, Azuwandri, & Akmal, S. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Aneka Usaha Percetakan Area Printing. *Jurnal Administrasi Bisnis Nusantara*, 2(2), 87–96. <https://doi.org/10.56135/jabnus.v2i2.125>
- Hijriani, D., Zahrah, H., & Sasangka, I. (2026). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Konveksi Dthreee di Kota Bandung. *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 2(1), 2701–2712. <https://doi.org/10.63822/7z0pzx36>
- Linminardi, R., Zahara, A. E., & Putri, N. S. (2023). Pengaruh Produk, Promosi, Harga dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk MS Glow Dari Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 1(3), 225–238. <https://doi.org/10.61722/jiem.v1i3.232>
- Kemalasari, P., & Widyasari, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Social Media Marketing, Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Fashion Jiniso di Marketplace Shopee). *Kajian Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha*, 32(2), 133–145. <https://doi.org/10.32477/jkb.v32i2.944>
- Kotler, P., & Keller, K. lane. (2016). *Marketing Management 15 Global Edition*. Pearson Education Limited.
- Mahendra, I. K. A., Pertama, I. G. A. W., & Idawati, I. A. A. (2022). Pengaruh Harga, Word Of Mouth Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Cv. Lagas Jaya Badung. *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, 4(2), 103–111. <https://doi.org/10.22225/wmbj.4.2.2022.103-111>
- Nurbaiti, D., & Afriana, I. (2024). Pengaruh Online Customer Review Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Institut Stiami Kota Bekasi Angkatan 2019). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4(1), 20–26. <https://doi.org/10.31334/jambis.v4i1.3816>
- Putri, H. J., & Suprajang, S. E. (2022). Pengaruh E-Wom Dan Saluran Distribusi

- Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Ud. Sr Handicraft Blitar). *Ris : Jurnal Riset Bisnis dan Ekonomi*, 3(2), 2722–3108. <https://doi.org/10.30737/risk.v3i2.3952>
- Rafi, A. A., & Hadi, R. K. (2026). Pengaruh saluran distribusi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada pt arvata indra jaya parung kabupaten bogor. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 3(2), 475–491. <https://doi.org/10.61722/jemba.v3i2.2222>
- Ramadhani, F. B., Untari, D. T., & Andrian. (2024). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian di shanii konveksi. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEKOMBIS)*, 3(2), 01–16. <https://doi.org/10.55606/jekombis.v3i2.3465>
- Saputra, A. D., Jusuf, H. F., & Hidayah, T. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konveksi Cv. Pesona Jember ID. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Business, dan Akuntansi*, 2(2), 32–42. <https://doi.org/10.31967/riemba.v2i2.1152>
- Sopiani, S., Larashati, I., Juhana, D., & Manik, E. (2022). Pengaruh Promosi Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Produk Fashion Pada Salah Satu Department Store Di Kota Cimahi). *Bisnis dan Iptek*, 15(1), 15–28. <https://doi.org/10.55208/bistek.v15i1.245>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suyitno, Wahyuningsih, Y., & Ningtiyas, P. W. (2023). Analisis strategi customer bonding untuk membangun loyalitas pelanggan pada labella hijab store lamongan. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 8(2), 339–360. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v8i2.18518>
- Syahroni, M. I. (2022). Prosedur Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Al-Musthafa Stit Al-Aziziyah Lombok Barat*, 2(3), 43–56. <https://jurnal.stitalaziziyah.ac.id/index.php/al-musthafa>
- Tohari, A., & Bhirawa, S. W. S. (2023). *APLIKASI SPSS 25.0 Untuk Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 2). Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Tohari, A., Ramadhani, R. A., Muslih, B., & Kurniawan, A. (2026). Integrating business sustainability into fiscal behavior: evidence from MSMEs tax compliance in Kediri City. *Frontiers in Sustainability*, 7(May), 1–12. <https://doi.org/10.3389/frsus.2026.1820957>
- Wibowo, E. A., Resawati, R., Dwiyana, A., & Megawati, V. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Salah Satu Usaha Konveksi Di Kabupaten Bandung). *Bisnis dan Iptek*, 15(2), 144–155. <https://doi.org/10.55208/bistek.v15i1.245>
- Widayanti, R., Muslih, B., & Artikel, I. (2023). Analisis Kepercayaan, Brand Image, Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Online Kai Access (Studi Pada Mahasiswa Di Kediri). *Simposium Manajemen dan Bisnis II Program Studi Manajemen - FEB UNP Kediri*, 2, 584–593. <https://doi.org/10.29407/7kne2315>
- Yulliyanie, T., & Evyanto, W. (2022). Pengaruh kualitas produk, saluran distribusi dan promosi terhadap keputusan pembelian pada pt bingas manufacturing. *eCo-Buss*, 4(3), 505–515. <https://doi.org/10.32877/eb.v4i3.283>