

PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BAHAN MASAKAN

Nurul Agustin¹, Didit Darmawan²

Universitas Sunan Giri

Email: nurulagustin2424@gmail.com¹

Abstrak – Studi literatur ini mengkaji pengaruh saluran distribusi terhadap keputusan pembelian pada bahan masakan. Di tengah persaingan bisnis yang ketat, memilih saluran distribusi yang tepat sangat penting agar produk bisa sampai ke konsumen dengan mudah. Saluran distribusi adalah penyaluran barang dan jasa dari produsen ke konsumen supaya dapat dengan mudah mendapatkannya. Studi ini menerapkan metode kajian literatur melalui analisis terhadap berbagai sumber ilmiah yang relevan. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa variabel Saluran distribusi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, Tujuan utama dari studi literatur ini adalah menganalisis dan mensintesis temuan-temuan penelitian terdahulu mengenai pengaruh saluran distribusi terhadap keputusan pembelian pada bahan masakan dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi saluran distribusi terhadap keputusan pembelian produk bahan masakan. Tujuan ini dirancang untuk memberikan pemahaman yang mendalam dan komprehensif, tentang bagaimana saluran distribusi mempengaruhi keputusan pembelian bahan masakan, serta memberikan wawasan yang berharga bagi para praktisi dan peneliti dibidang ini.

Kata Kunci: Saluran Distribusi, Keputusan Pembelian, Bahan Masakan.

PENDAHULUAN

Memasak termasuk pada aktivitas sehari-hari untuk memenuhi kebutuhan pangan dan menciptakan kebersamaan serta menjaga kesehatan keluarga. Proses memasak memungkinkan individu untuk mengolah bahan makanan menjadi hidangan yang bergizi sesuai selera. Memasak tidak hanya menjadi kebutuhan sehari-hari tetapi mencerminkan pola hidup sehat dan kesadaran mengenai pentingnya nutrisi dalam menjaga kesejahteraan tubuh. Kehidupan modern saat ini menawarkan berbagai kemudahan melalui makanan instan atau siap saji tetapi memasak di rumah tetap menjadi pilihan banyak individu karena dapat mengontrol penuh terhadap kualitas bahan yang digunakan serta biaya yang lebih efisien. Aktivitas ini juga menjadi sarana mengembangkan kreativitas karena dengan berbagai resep dan teknik memasak, individu dapat bereksperimen dan menciptakan variasi masakan yang berbeda. Hasil masakan yang berkualitas tidak luput dari peran bahan masakan.

Bahan masakan memiliki peran yang sangat penting saat memasak karena menentukan kualitas makanan. Keberagaman bahan masakan dapat langsung mempengaruhi rasa, gizi, dan nilai gizi dari setiap hidangan yang dihasilkan. Bahan masakan yang berkualitas tinggi dapat menghasilkan masakan yang lezat, bergizi, dan aman untuk dikonsumsi. Pemilihan bahan masakan yang tepat dapat meningkatkan kreativitas memasak sehingga memungkinkan untuk mencoba berbagai variasi resep. Bahan masakan yang segar dan alami memberikan rasa yang lebih khas dan autentik dibandingkan dengan bahan masakan olahan atau pengawet. Keuntungan menggunakan bahan masakan olahan atau pengawet ada pada masa simpan yang lebih lama daripada bahan segar dan alami. Penggunaan bahan ini tetap harus memperhatikan keseimbangan antara manfaat dan potensi risikonya. Bahan masakan yang kurang berkualitas atau tidak sesuai dengan kebutuhan resep dapat mempengaruhi hasil akhir masakan bahkan berpotensi menurunkan kandungan nutrisinya. Pemilihan dan pengolahan bahan masakan yang baik sangat menentukan keberhasilan suatu hidangan dan berdampak pada kesehatan serta kepuasan konsumen.

Seseorang dalam mengambil keputusan pembelian akan melewati serangkaian proses yakni tahap masukan kebutuhan dan informasi, proses mendapatkan kebutuhan dan keinginan, serta tahap memutuskan membeli dan perilaku setelah membeli suatu produk. Keputusan pembelian adalah pengambilan keputusan yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2016) keputusan pembelian konsumen yaitu keputusan akhir perorangan dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi. Keputusan pembelian pada bahan masakan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang melibatkan pertimbangan rasional dan emosional konsumen. Ada empat indikator dalam pengambilan keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller (2016), yakni 1) Kemantapan pada sebuah produk, Kualitas produk sangat yang baik akan membangun kepercayaan konsumen sehingga merupakan penunjang kepuasan konsumen; 2) Kebiasaan dalam membeli produk, Pengulangan sesuatu secara terus-menerus dalam melakukan pembelian produk yang sama; 3) Memberikan rekomendasi kepada orang lain, Memberikan kepada seseorang atau lebih bahwa sesuatu yang dapat dipercaya, dapat juga merekomendasikan artinya sebagai menyarankan, mengajak untuk bergabung, mengajurkan suatu bentuk perintah; dan 4) Melakukan pembelian ulang, Individu melakukan pembelian produk atau jasa dan menentukan untuk membeli lagi, maka pembelian kedua dan selanjutnya disebut pembelian ulang. Kemudahan dalam memperoleh bahan masakan dapat meningkatkan keputusan pembelian karena konsumen mengutamakan kenyamanan dan kecepatan. Bahan masakan yang mencakup berbagai jenis produk sering kali dipengaruhi oleh keberadaan saluran distribusi yang memadai dan mudah dijangkau oleh konsumen.

Saluran distribusi merujuk pada jalur atau jaringan yang menghubungkan produsen dengan konsumen akhir untuk mengalirkan produk. Saluran distribusi memainkan peran penting untuk memastikan bahan masakan sampai ke tangan konsumen dengan efisien dan

tepat waktu. Terdapat dua jenis saluran distribusi, yakni 1) Saluran langsung dimana produsen menjual langsung kepada konsumen atau 2) Saluran tidak langsung yang melibatkan perantara seperti grosir, distributor, atau pengecer. Efektivitas saluran distribusi sangat bergantung pada beberapa faktor seperti lokasi geografis, sistem logistik, serta teknologi yang digunakan untuk memantau dan mengelola aliran barang. Menurut Etzel et al. (2013), saluran distribusi terdiri dari serangkaian lembaga yang melakukan semua kegiatan untuk menyalurkan produk dan status pemilikannya dari produsen ke konsumen atau pemakai bisnis. Efektivitas saluran distribusi bergantung pada beberapa faktor, seperti lokasi geografis, sistem logistik, serta teknologi yang digunakan untuk memantau dan mengelola aliran barang. Kotler & Armstrong (2018), mengemukakan indikator saluran distribusi sebagai berikut: 1) Sistem Transportasi 2) Ketersediaan Produk 3) Waktu Penantian. Saluran distribusi yang baik tidak hanya memastikan ketersediaan produk di pasar tetapi mempengaruhi harga dan kualitas layanan yang diterima konsumen. Saluran distribusi yang efisien dapat mengurangi biaya distribusi, mengurangi waktu pengiriman, dan menjaga kualitas bahan masakan agar tetap segar sampai ke konsumen. Pemilihan dan pengelolaan saluran distribusi yang tepat menjadi faktor kunci memenangkan persaingan di pasar dan memenuhi kebutuhan konsumen dengan optimal.

Saluran distribusi memiliki peran penting untuk menentukan keberhasilan dan meningkatkan penjualan pada produk bahan masakan. Bahan masakan berfungsi untuk menambahkan cita rasa pada sebuah makanan maupun minuman. Pada kondisi pasar yang semakin kompetitif, efektivitas saluran distribusi dapat menjadi faktor penentu dalam menarik minat konsumen untuk membeli suatu produk. Penting untuk memahami bagaimana saluran distribusi dapat mempengaruhi keputusan pembelian bahan masakan sehingga dapat memberikan wawasan yang lebih luas bagi produsen dan pengecer saat merancang strategi distribusi yang lebih efektif dan efisien. Dengan demikian, tujuan penulisan ini adalah untuk mengkaji pengaruh saluran distribusi terhadap keputusan pembelian pada produk bumbu masakan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih baik tentang faktor-faktor yang berperan meningkatkan keputusan pembelian.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi literatur, yang bertujuan untuk mengkaji pengaruh saluran distribusi terhadap keputusan pembelian pada produk bahan masakan. Studi literatur ini mencakup kajian teoritis, referensi, dan berbagai literatur ilmiah yang relevan yang menjadi fokus penelitian. Data yang dikumpulkan bersifat deskriptif dan bersumber dari berbagai artikel, jurnal, serta situs web yang telah dipilih berdasarkan keterkaitan dengan topik penelitian, kualitas akademik, dan kesesuaian dengan kerangka teoritis yang digunakan. Penelitian ini berfokus pada dua variabel utama: saluran distribusi sebagai variabel bebas dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat. Analisis data dilakukan secara kualitatif deskriptif untuk mengungkap hubungan antara kedua variabel tersebut. Tujuan utama dari studi literatur ini adalah menganalisis dan mensintesis temuan-temuan penelitian terdahulu mengenai pengaruh saluran distribusi terhadap keputusan pembelian bahan masakan dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi saluran distribusi terhadap keputusan pembelian konsumen pada bahan masakan. Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih baik mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi saluran distribusi, khususnya dari segi keputusan pembelian bahan masakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kajian terhadap pengaruh saluran distribusi terhadap keputusan pembelian pada bahan masakan telah menjadi topik penting di bidang ekonomi, termasuk dalam studi pemasaran

strategi. Saluran distribusi memainkan peran penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap bahan masakan. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa ketersediaan produk, kemudahan akses, promosi di lokasi penjualan, serta kecepatan dan kualitas distribusi dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Beberapa studi terdahulu telah teridentifikasi sebagai sumber kajian di penelitian ini. Hasil dari penelusuran di Google Scholar menemukan sebanyak 10 karya tulis ilmiah terkait topik penelitian ini.

1. Ranti Agustiani (2022)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek, dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian Santan Kelapa Sun Kara di Kabupaten Kebumen. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Sampel pada penelitian sebanyak 100 responden yang pernah membeli dan menggunakan Santan Kelapa Sun Kara di Kabupaten Kebumen. Metode penelitian menggunakan kuantitatif dengan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data. Jenis teknik pengambilan sampel adalah nonprobability sampling dengan menggunakan purposive sampling. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, citra merek, dan saluran distribusi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Santan Kelapa Sun Kara di Kabupaten Kebumen. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kabupaten Kebumen yang pernah membeli dan menggunakan Santan Kelapa Sun Kara. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji hipotesis, dan koefisien determinasi.

2. Ainor Maolana Rahman (2024)

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, saluran distribusi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian garam rakyat yang ada di Desa Karanganyar baik secara parsial maupun simultan. Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu jenis penelitian kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik accidental sampling dengan metode pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner atau angket. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan antara harga dengan keputusan pembelian, saluran distribusi dengan keputusan pembelian dan kualitas produk dengan keputusan pembelian. Serta terdapat pengaruh secara simultan antara variabel harga, saluran distribusi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian garam rakyat di Desa Karanganyar.

3. Ahmad Khumaidi (2013)

Penelitian kuantitatif ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh bauran pemasaran produk, harga, saluran distribusi, promosi, terhadap keputusan pembelian Teh Celup Sariwangi oleh konsumen rumah tangga di Kp. MUK Cengkareng. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik convenience sampling. Populasi pada penelitian ini yaitu konsumen rumah tangga di Kp. MUK Cengkareng Jakarta Barat yang mengonsumsi produk Teh Celup Sariwangi. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diambil dari 60 konsumen serta menggunakan regresi linear berganda untuk teknik analisis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasannya ada pengaruh yang signifikan antara produk, saluran distribusi, promosi terhadap keputusan pembelian, kecuali variabel harga yang mempunyai pengaruh yang negatif.

4. Ilen Nawangsari (2014)

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran secara keseluruhan (produk, harga, saluran distribusi dan promosi) dan pengaruh secara parsial produk, harga, saluran distribusi dan promosi terhadap keputusan pembelian oleh Konsumen Koperasi Karyawan Ruwa Jurai Kelompok Usaha PTPN VII (Persero). Hipotesis yang diajukan adalah Bauran pemasaran secara keseluruhan (produk, harga, saluran distribusi dan

promosi) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian oleh konsumen Koperasi Karyawan Ruwa Jurai Kelompok Usaha PTPN VII (Persero) dan secara parsial produk, harga, saluran distribusi dan promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian oleh konsumen Koperasi Karyawan Ruwa Jurai Kelompok Usaha PTPN VII (Persero). Penelitian ini dirancang dengan menggunakan metode pendekatan deskriptif dan verifikatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling dan judgment sampling. Jumlah pelanggan yang menjadi sampel teh celup Gunung Dempo sebanyak 83 orang yang memiliki kriteria telah menjadi konsumen Koperasi Karyawan Ruwa Jurai Kelompok Usaha PTPN VII (Persero). Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa bauran pemasaran (produk, harga, saluran distribusi dan promosi) secara keseluruhan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian oleh konsumen Koperasi Karyawan Ruwa Jurai Kelompok Usaha PTPN VII (Persero). Secara parsial produk berpengaruh positif, sedangkan variabel harga, saluran distribusi dan promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian oleh konsumen Koperasi Karyawan Ruwa Jurai Kelompok Usaha PTPN VII (Persero). Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah pelanggan Teh Celup Gunung Dempo yang aktif membeli Teh Celup Gunung Dempo di Koperasi Karyawan Kelompok Usaha Kantor Pusat (Kopkar KU Kanpus) PTPN VII (Persero) pada tahun 2012 sebanyak 479 orang. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis kualitatif, analisis regresi linier berganda, uji f, dan uji t. Metode pengumpulan data pada penelitian ini yaitu penelitian kepustakaan yang dilakukan dengan membaca buku atau literatur/karya ilmiah lainnya yang mempunyai hubungan dengan penulisan tesis ini dan penelitian lapangan meliputi wawancara, penyebaran kuesioner atau angket, dan dokumentasi.

5. Mila Kristiana (2023)

Penelitian ini bertujuan (1) Untuk menganalisis karakteristik konsumen yang melakukan pembelian produk JKS Instan (2) Menganalisis pengaruh faktor produk, harga, promosi, saluran distribusi, budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap keputusan pembelian produk JKS Instan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah 100 konsumen. Data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder. Metode pengambilan data menggunakan kuesioner, wawancara, studi pustaka dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan Variabel harga, promosi, distribusi, dan pribadi signifikan terhadap keputusan pembelian.

6. Putri Sofiyah (2023)

Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh variabel Produk, Saluran Distribusi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Tahu Tempe Puna Jaya. Menggunakan metode dengan teknik sampel menggunakan Probability Sampling dengan jumlah 48 orang. Data yang digunakan dalam penelitian ini telah dianalisis berdasarkan dengan Regresi Linear berganda dan diuji melalui (SPSS). Pada penelitian menunjukkan bahwa hasil analisis data statistik, Indikator penelitian bersifat valid dan pada variabelnya bersifat reliabel. pengujian asumsi klasik dan model regresi bebas multikolonieritas tidak terjadi heteroskedastisitas dan berdistribusi normal. Dengan hipotesis menunjukkan hasil penelitian bahwa variabel Produk, Saluran Distribusi dan Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

7. Ni Kadek Supriyaningsih (2023).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh saluran distribusi, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian beras pada Selip Pancar Sari di Desa Pererenan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli beras Pancar Sari yang jumlahnya tidak diketahui. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode teknik non-probability sampling dengan purposive sampling sebagai teknik penentuan sampelnya dengan jumlah sampel sebanyak 97 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda yang diolah

menggunakan software SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran distribusi, kualitas produk, dan citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

8. Ratu Dinar Mariana Yustika (2017)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel terhadap kepercayaan merek dan berdampak pada keputusan pembelian minyak goreng kemasan. Data penelitian ini melalui penyebaran kuesioner kepada 120 responden. Metode pengumpulan data dilakukan dengan teknik insidental sampling melalui instrumen kuesioner penelitian yang disusun berdasarkan skala likert dan metode analisis yang digunakan pada penelitian menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan menggunakan program LISREL. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel eksogen yang terdiri dari kualitas produk, harga, saluran distribusi, promosi dan citra merek berpengaruh terhadap variabel endogen yang terdiri dari kepercayaan merek dan keputusan pembelian. Dimana variabel produk yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

9. Hendra Saputra(2008)

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sejauh mana pengaruh strategi bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, saluran distribusi, dan promosi terhadap keputusan pembelian teh celup SariWangi oleh konsumen rumah tangga di kota Medan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh strategi bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian teh celup SariWangi oleh konsumen rumah tangga di kota Medan dan untuk mengetahui variabel yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian teh celup SariWangi oleh konsumen rumah tangga di kota Medan. Teori yang digunakan adalah Manajemen Pemasaran mengenai Strategi Bauran Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Pendekatan dalam penelitian ini adalah studi kasus yang didukung survei. Jenis penelitian adalah penelitian deskriptif kuantitatif, sifat penelitian adalah hanya ingin memperoleh gambaran tentang suatu keadaan dan persoalan serta menginterpretasikan. Populasi dalam penelitian ini adalah 460.084 rumah tangga, ukuran sampel penelitian ini sebanyak 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, saluran distribusi, dan promosi secara serempak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian teh celup SariWangi oleh konsumen rumah tangga di kota Medan. Secara parsial hanya satu variabel independen saja, yaitu promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

10. Sari dan Choiryah Afyunita (2021)

Rumusan masalah penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh kualitas produk, harga dan saluran distribusi secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian beras (Studi Kasus Konsumen Kilang Padi Kamoja di Desa Aek Badak Kecamatan Sayurmatangi Kabupaten Tapanuli Selatan. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan saluran distribusi secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian beras (Studi Kasus Konsumen Kilang Padi Kamoja Di Desa Aek Badak Kecamatan Sayurmatangi Kabupaten Tapanuli Selatan. Penelitian ini adalah kuantitatif dengan model analisis regresi linear berganda. Sampel yang digunakan sebanyak 69 responden yang diambil dari konsumen Kilang Padi Kamoja di Desa Aek Badak Kecamatan Sayurmatangi Kabupaten Tapanuli Selatan. Dengan menggunakan rumus jumlah populasi yang tidak diketahui. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik angket, kemudian di analisis dengan menggunakan alat bantu statistik yaitu SPSS versi 23. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel saluran distribusi memiliki terdapat pengaruh antara variabel saluran distribusi terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara simultan variabel Kualitas Produk, Harga, Saluran distribusiberpengaruh terhadap Keputusan pembelian. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli beras di Kilang Padi Kamoja di Desa Aek Badak. Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode nonprobability dengan teknik aksidental sampling.

Tabulasi dari studi tersebut ditunjukkan pada tabel 1. Dari berbagai studi yang dikaji, terlihat jelas bahwa pengaruh saluran distribusi, memiliki dampak signifikan terhadap keputusan pembelian produk bahan masakan. Beberapa penelitian, seperti yang dilakukan oleh Ranti Agustiani (2022). menyatakan bahwa “Variabel Kualitas Produk, Citra Merek, dan Saluran Distribusi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Santan Kelapa Sun Kara di Kabupaten Kebumen”. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh saluran distribusi. Saluran distribusi merupakan kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan. Saluran distribusi selalu terdiri dari produsen dan konsumen akhir. Termasuk di dalamnya terdapat perantara yang merupakan bagian dari saluran distribusi meskipun tidak memiliki hak atas barang yang dijual. Perantara hanya menjadi penghubung dalam pemindahan hak kepemilikan barang atau jasa dari produsen kepada konsumen. Jadi saluran distribusi membantu memperlancar pergerakan hak milik atas suatu produk. Oleh karena itu, konsumen akan memutuskan untuk membeli produk tersebut. Penelitian ini menunjukkan bahwa saluran distribusi memiliki dampak positif terhadap Keputusan Pembelian bahan masakan.

Tabel 1. Studi tentang Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Bumbu Masakan

Peneliti	Lokasi Penelitian	Fokus Penelitian	Temuan Utama
Agustiani (2022)	Kebumen	Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian santan kelapa sun kara	Variabel Kualitas Produk, Citra Merek, dan Saluran Distribusi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Santan Kelapa Sun Kara di Kabupaten Kebumen.
Rahman (2024)	Karanganyar Kecamatan Kalianget	pengaruh Harga, Saluran Distribusi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Garam Rakyat	secara parsial terdapat pengaruh signifikan antara harga dengan keputusan pembelian, saluran distribusi dengan keputusan pembelian dan kualitas produk dengan keputusan pembelian. Serta terdapat pengaruh secara simultan antara variabel harga, saluran distribusi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian garam rakyat di desa karanganyar.
Khumaidi (2013)	Cengkareng	pengaruh bauran pemasaran produk, harga, saluran distribusi, promosi terhadap keputusan pembelian teh celup sariwangi	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasannya ada pengaruh yang signifikan antara produk, saluran distribusi, promosi terhadap keputusan pembelian.
Nawangsari (2014)	Lampung	mengetahui pengaruh bauran pemasaran secara keseluruhan (produk, harga, saluran distribusi dan promosi terhadap keputusan pembelian oleh Konsumen Koperasi Karyawan Ruwa Jurai Kelompok Usaha PTPN VII (Persero).	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa bauran pemasaran (produk, harga, saluran distribusi dan promosi) secara keseluruhan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian oleh konsumen Koperasi Karyawan Ruwa Jurai Kelompok Usaha PTPN VII (Persero).

Kristiana (2023)	Polanmadu Klaten	pengaruh faktor produk, harga, promosi, saluran distribusi, budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap keputusan pembelian produk JKS Instan.	Hasil penelitian menunjukkan Variabel harga, promosi, saluran distribusi, dan pribadi signifikan terhadap keputusan pembelian.
Sofiyah (2023)	Poso Pesiri	pengaruh variabel Produk, Saluran Distribusi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Tahu Tempe Puna Jaya	Hasil penelitian bahwa uji t variabel Produk, Saluran Distribusi dan Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
Supriyaningsih (2023)	Pererenan	mengetahui pengaruh saluran distribusi, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian beras pada Selip Pancar Sari di Desa Pererenan.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran distribusi, kualitas produk, dan citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
Yustika (2017)	Retail Modern	pengaruh variabel kualitas produk, harga, saluran distribusi, promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian minyak goreng kemasan.	variabel eksogen yang terdiri dari kualitas produk, harga, saluran distribusi, promosi dan citra merek berpengaruh terhadap variabel endogen yang terdiri dari kepercayaan merek dan keputusan pembelian.
Saputra (2008)	Medan	pengaruh strategi bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, saluran distribusi, dan promosi terhadap keputusan pembelian teh celup SariWangi oleh konsumen rumah tangga di kota Medan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, saluran distribusi, dan promosi secara serempak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian teh celup SariWangi oleh konsumen rumah tangga di kota Medan.
Sari & Afyunita (2021)	Sayurmasinggi	pengaruh kualitas produk, harga dan saluran distribusi secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian beras	variabel saluran distribusi memiliki terdapat pengaruh antara variabel saluran distribusi terhadap keputusan pembelian.

Penelitian lain, seperti penelitian sebelumnya oleh Ranti Agustiani (2022) yang menyimpulkan bahwa saluran distribusi secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Fokus penelitian dari Ranti Agustiani (2022) adalah Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian santan kelapa sun kara dengan hasil penelitian “Variabel Kualitas Produk, Citra Merek, dan Saluran Distribusi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Santan Kelapa Sun Kara di Kabupaten Kebumen.” Dari peneliti tersebut dapat dipastikan bahwasannya saluran distribusi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian santan kelapan sun kara di daerah kabupaten kebumen.

Peneliti-peneliti sebelumnya juga menegaskan bahwa saluran distribusi memiliki peran penting terhadap keputusan pembelian. Misalnya, Kristiana (2023), dimana beliau meneliti tentang produk jahe merah, kencur dan sereh (JKS). Tujuan penelitan tersebut adalah untuk menganalisis karakteristik konsumen dan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk JKS instan. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa saluran distribusi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian juga mengungkapkan terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yakni, harga, promosi dan faktor

pribadi. Peneliti lain seperti, Nawangsari (2014) juga mengungkapkan bahwasannya bauran pemasaran (produk, harga, saluran distribusi dan promosi) secara keseluruhan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Demikian pula, Saputra (2008) menemukan bahwa strategi bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, saluran distribusi, dan promosi secara serempak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembeli. Dari berbagai temuan ini, jelas bahwasanya saluran distribusi merupakan peran penting untuk meningkatkan penjualan. Dimana saluran distribusi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Saluran distribusi memainkan peran yang sangat penting dalam keputusan pembelian bahan masakan. Keberadaan saluran distribusi yang efisien akan memudahkan konsumen dalam mengakses bahan masakan yang mereka butuhkan, baik itu melalui pasar tradisional, supermarket, atau platform e-commerce. Menurut Abubakar (2018) saluran distribusi merupakan kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan. Jika produk mudah dicari di pasaran maka konsumen akan cenderung memutuskan untuk melakukan keputusan pembelian dari pada membeli produk yang susah dicari di pasaran. Wijaya et al., (2019) menyatakan bahwa saluran distribusi adalah urutan perantara-perantara yang dikendalikan pemasok ataupun mandiri pada saat menyalurkan barang dari produsen kepada pelanggan. Dengan adanya saluran distribusi yang baik, maka akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian pada suatu produk. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rahman (2024) menunjukkan bahwa Saluran Distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Menurut Sangadji dan Sopiah (2013) Keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian sampai konsumen benar-benar membeli produk.

Berdasarkan hasil peneliti-peneliti terdahulu yang diperoleh maka penelitian dapat dibuktikan bahwasannya, saluran distribusi ikut berperan dalam mempengaruhi adanya keputusan pembelian. Ketika produk mudah diakses atau mudah didapatkan, lokasi atau tempat yang nyaman, serta memiliki pengalaman membeli yang baik, konsumen akan lebih cenderung untuk membeli ditempat tersebut. Implikasi dari hasil penelitian pengaruh saluran distribusi terhadap keputusan pembelian bahan masakan adalah pembaca dapat memahami pentingnya saluran distribusi dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Pembaca, terutama pelaku bisnis atau pemasar, dapat menggunakan wawasan ini untuk memilih saluran distribusi yang lebih efektif, menyusun strategi pemasaran yang lebih tepat, dan meningkatkan efisiensi. Sedangkan bagi pelaku bisnis dapat mengoptimalkan saluran distribusi yang paling efektif, menyesuaikan strategi pemasaran untuk target pasar yang tepat, serta meningkatkan efisiensi rantai pasokan untuk mengurangi biaya dan meningkatkan ketersediaan produk.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis komprehensif dari literatur yang ada, dapat disimpulkan beberapa poin utama. Secara umum saluran distribusi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Saluran distribusi memegang peranan penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, terutama dalam konteks produk bahan masakan. Literatur yang telah dikaji menunjukkan bahwa jangkauan saluran distribusi dapat meningkatkan aksesibilitas produk, mempermudah konsumen dalam menemukan dan membeli produk yang diinginkan. Saluran Distribusi merupakan salah satu faktor penting agar pelanggan memutuskan produk yang akan dibeli. Place atau disebut sebagai tempat maupun saluran distribusi merupakan saluran yang menyediakan produk dan dapat menjangkau masyarakat luas dari produsen kepada konsumen.

Kesimpulannya, saluran distribusi memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian bahan masakan, saluran distribusi yang efektif dan luas dapat meningkatkan kemudahan konsumen dalam mendapatkan produk, sehingga mendorong mereka untuk melakukan pembelian. Saluran distribusi yang baik, seperti penempatan produk di banyak toko, kerjasama dengan pengecer, dan penjualan online, dapat meningkatkan aksesibilitas produk, memberikan kenyamanan kepada konsumen, dan pada akhirnya berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2018). Manajemen Pemasaran. Alfabeta. Bandung
- Agustiani, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Santan Kelapa Sun Kara di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(5), 655-665.
- Etzel et al. (2013). Marketing, Edisi ke-12. McGraw-Hill Irwin. New York, USA.
- Khumaidi, A. (2013). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Teh Celup Sariwangi (Studi Kasus pada Konsumen Rumah Tangga di Kp. Muk Cengkareng). Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Kotler, P. dan G. Amstrong. (2018). Principles of Marketing. Edisi, 15 Global Edition. Pearson
- Kotler, P. & K. L. Keller. (2016). Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education. New Jersey. Inc.
- Kristiana, M. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Konsumen Membeli Produk Jahe Merah Kencur Serai (JKS) Instan Pada UD. Polanmadu Klaten. Skripsi, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta.
- Nawangsari, I. (2014). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Membeli Teh Celup Gunung Dempo oleh Konsumen Koperasi Karyawan Ruwa Jurai Kelompok Usaha PTPN Vii (Persero). Tesis, Universitas Lampung.
- Rahman, A.M. (2024). Pengaruh Harga, Saluran Distribusi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Garam Rakyat di Desa Karanganyar Kecamatan Kalianget (Studi Kasus Bpk Subakri). Skripsi, Universitas Wiraraja.
- Sangadji, E.M., & S. Sopiah. (2013). Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Saputra, H. (2008). Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Teh Celup Sariwangi oleh Konsumen Rumah Tangga di Kota Medan. Tesis, Universitas Sumatera Utara Medan.
- Sari, S. & C. Afyunita. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Beras (Studi Kasus Konsumen Kilang Padi Kamoja di Desa Aek Badak Kecamatan Sayurmatangi Kabupaten Tapanuli Selatan). Skripsi, Universitas IAIN Padangsidempuan.
- Sofiyah, P. (2023). Produk, Saluran Distribusi dan Harga Pengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Tahu Tempe Puna Jaya. Tesis, Universitas Sintuwu Maroso.
- Supriyaningsih, N. K. (2023). Pengaruh Saluran Distribusi, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Beras Pada Selip Pancar Sari di Desa Pererenan. Tesis, Universitas Mahasaraswati Denpasar.
- Wijaya, F. et al. (2019). Pengaruh Saluran Distribusi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Alat Kesehatan Merek Omron Pada Pt. Sumber Medika Indonesia Medan (Distributor Alat Kesehatan). *Jurnal Darma Agung*, 27(2), 973-986.
- Yustika, R. D. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Lokasi/Saluran Distribusi dan Citra Merek Terhadap Kepercayaan Merek dan Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng Kemasan di Retail Modern. Tesis, Universitas Mercu Buana Jakarta.