

ABSTRAK

Muhammad Tasbikhi, NIM: 1320310201 dengan judul **“PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PERUSAHAAN MONDI MEBEL JEPARA”**, pada jurusan Syariah dan Ekonomi Islam Progam Studi Manajemen Bisnis Syariah.

Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen akan mencakup pertimbangan berbagai aspek. Pada dasarnya konsentrasi pemasaran lebih diarahkan pada keputusan tentang pemilihan alternatif terhadap aspek produk tertentu. Tujuan yang hendak dicapai dalam penulisan skripsi ini adalah untuk mengetahui pengaruh saluran distribusi dan promosi terhadap keputusan pembelian di perusahaan mondi Mebel jepara baik secara parsial maupun simultan

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (field research). Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan *kuantitatif*, yaitu penelitian yang disajikan dengan angka-angka. Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan jumlah penelitian yaitu konsumen yang berjumlah 360 orang, jumlah tersebut diambil dari konsumen yang membeli produk mondi Mebel satu tahun terakhir, teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Accidental sampling* yaitu pengambilan sampel secara aksidental didapka hasil 79 sampel. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dapat diperoleh dengan menggunakan metode kuesioner, metode observasi, metode dokumentasi. Pengujian data menggunakan bantuan software SPSS (*Statistic Package And Sosial Science*). Tehnik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) terdapat pengaruh antara saluran distribusi terhadap keputusan pembelian di perusahaan mondi Mebel jepara, hal ini dbuktika dengan hasil nilai ($t_{hitung} > t_{tabel}$) t_{hitung} sebesar 7,116 dan t_{tabel} sebesar 2,000. (2) terdapat pengaruh antara promosi terhadap keputusan pembelian di perusahaan mondi Mebel jepara, hal ini dbuktika dengan hasil nilai ($t_{hitung} > t_{tabel}$), t_{hitung} 3,416 dan t_{tabel} sebesar 2,000. (3) terdapat pengaruh antara saluran distribusi dan promosi terhadap keputusan pembelian di perusahaan mondi Mebel jepara, hal ini dbuktika dengan hasil nilai ($f_{hitung} > f_{tabel}$) t_{hitung} sebesar nilai F_{hitung} sebesar 231,366 dan F_{tabel} sebesar 2,76 ($F_{hitung} > F_{tabel}$)

Kata Kunci : Saluran Distribusi, Promosi dan Keputusan Pembelian.