

ABSTRACT

It is explained that this study aims to analyze the effect of service quality, location and product completeness on the purchasing decision of the Kencana Mas Pharmacy, Sidoarjo. Sample of 161 respondents. The sampling technique uses Non Probability sampling. Data collection techniques use questionnaires and documentation in the process of testing classic assumption tests including reliability, validity, normality, multicollinearity, autocorrelation, heterocodasticity and then processed by multiple linear regression analysis. This proves that service quality has an influence which is significant to the buyer's decision. Location has a significant influence on buyer's decision. Product completeness has a significant effect on buyer's decision. And simultaneously proving a positive effect on product quality, location, product completeness on purchasing decisions.

Keyword: *Service Quality, Location, Product Completeness and Purchasing Decisions.*

ABSTRAK

Dijelaskan bahwa penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh kualitas layanan, lokasi serta kelengkapan produk Terhadap Keputusan Pembelian Apotek Kencana Mas Sidoarjo. Sampel 161 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Non Probability sampling* Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner dan dokumentasi di proses dalam pengujian uji asumsi klasik diantaranya uji reabilitas, validitas, normalitas, multikolineritas, autokorelasi, heterokodastisitas lalu di olah dengan analisis regresi linier berganda Hal ini membuktikan bahwa kualitas layanan ada pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembeli. Lokasi ada pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembeli. Kelengkapan produk ada pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembeli. Dan secara simultan membuktikan berpengaruh positif kualitas produk, lokasi, kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Lokasi, Kelengkapan Produk dan Keputusan Pembelian.

DAFTAR ISI

Sampul Depan	
Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Berita Acara Ujian Skripsi	iii
Surat Pernyataan Keaslian	iv
Kata Pengantar	v
Motto dan Persembahan	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
ABSTRAK	ix
Daftar Isi	x
Daftar Gambar	xiv
Daftar Tabel	xv
Daftar Lampiran	xvi
Bab I	
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
Bab II	
TELAAH PUSTAKA	9
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Landasan Teori	11
2.2.1. Pemasaran	11
2.2.2. Kualitas Layanan	12
2.2.2.1 Dimensi Kualitas Layanan.....	12
2.2.3. Lokasi	14
2.2.3.1. Faktor-Faktor Pemilihan Lokasi	14
2.2.4. Kelengkapan Produk	15

2.2.4.1	Faktor-Faktor Kelengkapan Produk	16
2.2.4.2	Indikator Kelengkapan Produk	17
2.2.5.	Keputusan Pembelian	17
2.2.5.1.	Faktor-Faktor keputusan pembelian	19
2.2.5.2.	Indikator Keputusan Pembelian	20
2.3.	Kerangka Konseptual	20
2.4.	Hubungan Antar Variabel	22
2.4.1.	Hubungan Kualitas Layanan dan Keputusan Pembelian	22
2.4.2.	Hubungan Lokasi dan Keputusan Pembelian	22
2.4.3.	Hubungan Kelengkapan Produk dan Keputusan Pembelian	23
2.5.	Hipotesis	23
Bab III		
METODE PENELITIAN		25
3.1	Rancangan Penelitian	27
3.2	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	27
3.2.1	Populasi	27
3.2.2	Sampel	28
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel	29
3.3	Jenis dan Sumber Data	30
3.4	Teknik Pengumpulan Data	30
3.4.1	Teknik Pengumpulan Data	30
3.4.2	Lokasi Dan Waktu Penelitian	32
3.5	Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional Variabel	32
3.5.1	Variabel Penelitian	32
3.5.2	Definisi Operasional Variabel	32
3.6	Teknik Analisis Data	34
3.6.1	Instrumen Pengujian Penelitian	34
3.6.2	Uji Normalitas	35

3.6.3	Uji Asumsi Klasik	35
3.6.4	Analisis Regresi Linear Berganda	36
3.6.5	Pengujian Hipotesis	37
Bab IV		
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN		39
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	39
4.2	Deskripsi Hasil Peneliatan	39
4.2.1	Penilaian Responden Terhadap Butir Pernyataan ..	39
4.2.2	Variabel Kualitas Layanan	40
4.2.3	Variabel Lokasi	42
4.2.4	Variabel Kelengkapan Produk	44
4.2.5	Variabel Keputusan Pembelian	45
4.2.6	Tabulasi Data	47
4.3	Pengujian Instrumen Penelitian	53
4.3.1	Uji Validitas	53
4.3.2	Uji Reliabilitas	61
4.4	Uji Asumsi Klasik	62
4.4.1	Uji Normalitas	62
4.4.2	Uji Multikolinearitas	63
4.4.3	Uji Autokorelasi.....	64
4.4.4	Uji Heterokedastisitas.....	65
4.5	Regresi Linear Berganda	66
4.6	Uji Hipotesis	68
4.6.1	Uji Koefisien Determinasi.....	68
4.6.2	Uji t	69
4.6.3	Uji F	70
4.7	Pembahasan	71
4.7.1	Kualitas Layanan Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian	71
4.7.2	Lokasi Berpengaruh Terhadap keputusan Pembelian	72

4.7.3 Kelengkapan Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian	72
4.7.4 Kualitas Layanan, Lokasi, Dan Kelengkapan Produk Berpengaruh Terhadap keputusan Pembelian	73
Bab V	
SIMPULAN DAN SARAN	75
5.1 Simpulan	75
5.2 Saran	76
Daftar Pustaka	77
Lampiran	

DAFTAR GAMBAR

2.1	Kerangka Konseptual.....	24
3.1	Rancangan Penelitian	26

DAFTAR TABEL

3.1	Jumlah Pengunjung Apotek Kencana Mas	27
3.2	Tabel Isaac Dan Michael	28
3.3	Skala Likert	31
4.1	Penilaian Responden	39
4.2	Frekuensi Variabel Kualitas Layanan	40
4.3	Frekuensi Variabel Lokasi	42
4.4	Frekuensi Variabel Kelengkapan Produk	44
4.5	Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	46
4.6	Tabulasi Data.....	47
4.7	Uji Validitas	53
4.22	Uji Reabilitas	61
4.23	Uji Normalitas	63
4.24	Uji Multikolinearitas	64
4.25	Uji Autokorelasi.....	65
4.26	Uji Heterokedastisitas	65
4.27	Uji Regresi Linear Berganda	66
4.28	Koefesien Determinasi	68
4.30	Uji t	69
4.31	Uji F	70

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Berita Acara Bimbingan
- Lampiran 2 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 Surat Izin Penelitian
- Lampiran 4 Berita Acara Ujian Proposal
- Lampiran 5 Tabulasi data
- Lampiran 6 Uji Validitas
- Lampiran 7 Uji Reabilitas
- Lampiran 8 Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 9 Analisis Regresi Linier Berganda
- Lampiran 10 Surat Balasan Penelitian