

ABSTRAK

Suparman, Agut Dedi. 2017. Skripsi. **“Pengaruh Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Obat secara Pribadi pada Apotek Waluyojati Kraksaan Kabupaten Probolinggo”**. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Marga Probolinggo.

Tujuan Penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui adanya pengaruh harga dan lokasi secara simultan terhadap keputusan pembelian obat secara mandiri pada Apotek Waluyojati Kraksaan Kabupaten Probolinggo. 2) Untuk mengetahui adanya pengaruh harga dan lokasi secara parsial terhadap keputusan pembelian obat secara mandiri pada Apotek Waluyojati Kraksaan Kabupaten Probolinggo. 3) Untuk mengetahui variabel yang berpengaruh dominan antara harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian obat secara mandiri pada Apotek Waluyojati Kraksaan Kabupaten Probolinggo.

Peneliti menggunakan analisis penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal dan mengambil sampel dari 76 responden, metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan teknik pengambilan sampel menggunakan Random Sampling. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji kuesioner yang terdiri dari Uji Validitas, dan Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, analisis Regresi Berganda, dan pengujian hipotesis yang terdiri dari Uji F, Uji t dan uji dominan.

Hasil penelitian Uji Validitas menunjukkan seluruh item pertanyaan valid yaitu diatas 0,223 dan hasil penelitian Uji Reliabilitas menunjukkan hasil yang Reliabel yaitu diatas 0,60. Uji Normalitas menunjukkan data terdistribusi secara normal, Uji Multikolonieritas menunjukkan bahwa tidka terjadi multikolonieritas, Uji Heterokedastisitas menunjukkan tidak terjadi heterokedastisitas, dan uji autokorelasi menunjukkan tidak terjadi autokorelasi. Uji F menunjukkan bahwa variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y) dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($25.446 > 3.12$) (sig. $0.000 < 0,05$). Uji harga (X_1) terhadap keputusan pembelian menunjukkan berpengaruh secara parsial dengan $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ ($3.411 \geq 1.993$) (sig. $0.005 \leq 0,025$). Uji Lokasi (X_2) terhadap keputusan pembelian menunjukkan berpengaruh secara parsial dengan $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ ($2.994 \geq 1.993$) (sig. $0.000 \leq 0,025$). Uji dominan menunjukkan bahwa promosi penjualan yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Zuliani (2005), Utami (2015), dan Purnama (2011).

Kata kunci : Harga, Lokasi dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Suparman, Agut Dedi. 2017. Thesis. ***"The Influence of Price and Location on Private Purchasing Decision at Pharmacy Waluyoajati Kraksaan of Probolinggo Regency"***. Management Studies Program, Faculty of Economics, Panca Marga University Probolinggo.

The purpose of this study are: 1) To determine the effect of price and location simultaneously to the decision of purchasing drugs independently at Apotek Waluyoajati Kraksaan Probolinggo. 2) To know the influence of price and location partially to the decision of medication purchase independently at Pharmacy Waluyoajati Kraksaan Probolinggo. 3) To know the dominant variable between price and location to the decision of purchasing of drugs independently in Pharmacy Waluyoajati Kraksaan Probolinggo District.

Researchers use quantitative research analysis with causal associative approach and take samples from 76 respondents, data collection methods using questionnaires and sampling techniques using Random Sampling. The analytical tool used in this research is a questionnaire test consisting of Test Validity, and Test Reliability, Classic Assumption Test, Multiple Regression analysis, and hypothesis testing consisting of Test F, Test t and test dominant.

Validity Test results show all the valid question items are above 0.223 and the results of the Reliability Test showed a Reliable result that is above 0.60. Normality test showed normally distributed data, Multicollinearity test showed that there was no multicollinearity, Heteroskedasticity test showed no heteroskedasticity, and autocorrelation test showed no autocorrelation. F test shows that independent variables simultaneously influence purchase decision (Y) with $F_{count} > F_{table}$ ($25.446 > 3.12$) (sig. $0.000 < 0,05$). The price test (X1) of the purchasing decision shows partial effect with $t_{count} \geq t_{table}$ ($3.411 \geq 1,993$) (sig. $0.005 \leq 0,025$). Test Location (X2) to the purchase decision shows partially effect with $t_{count} \geq t_{table}$ ($2.994 \geq 1.993$) (sig. $0.000 \leq 0,025$). The dominant test shows that sales promotion has a dominant effect on purchasing decisions. This research supports the results of research conducted by Zuliani (2005), Utami (2015), and Purnama (2011).

Keywords: Price, Location and Purchase Decision.