



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 2 Tahun 2024 Page 4722-4734

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Apotek Otty Rantauprapat

Johannes Calvin Hasugian^{1✉}, Natalia E.T. Sihombing², Darma Manalu³

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas HKBP Nommensen

Email: johanneshasugian@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian di apotek otty rantauprapat baik secara parsial maupun simultan. Jenis penelitian yang digunakan adalah dengan pendekatan kuantitatif, dengan populasi yang tidak diketahui jumlahnya dan melalui rumus Rao Purba diperoleh jumlah sampel 100 responden. Jenis data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan uji instrument yang terdiri dari uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas, uji analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis yang terdiri dari uji-t, uji-F dan koefisien determinasi (R^2).

Kata kunci: *Kualitas pelayanan, lokasi dan keputusan pembelian*

Abstract

This research aims to determine the influence of service quality and location on purchasing decisions at the Otty Rantauprapat pharmacy, both partially and simultaneously. The type of research used was a quantitative approach, with an unknown population and using the Rao Purba formula, a sample size of 100 respondents was obtained. The types of data used are primary and secondary data. Data collection techniques using questionnaires. The data analysis method used is instrument testing consisting of validity and reliability tests, classical assumption tests consisting of normality tests, multicollinearity tests and heteroscedasticity tests, multiple linear regression analysis tests and hypothesis tests consisting of t-tests, F-tests and coefficients. determination (R^2).

Keyword: *Service quality, location and purchasing decisions*

PENDAHULUAN

Menurut Fandy Tjiptono (2012:157) kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Apotek, yaitu bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi konsumen. Setiap menjalankan proses bisnis baik barang maupun jasa, konsumen harus diberikan pelayanan yang baik karena kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan keputusan pembelian. perusahaan dapat mempertahankan usahanya dan mampu bersaing dengan pesaing lainnya apabila memberikan pelayanan yang baik. Pelayanan konsumen yang baik dan memuaskan harus menjadi misi utama bagi sebuah toko dimana minat konsumen menjadi sorotan utama bagi perusahaan-perusahaan dalam memutuskan strategi untuk memenangkan persaingan.

Peraturan Pemerintah No. 26 tahun 1965 tentang Apotek pada pasal 1 menyebutkan bahwa "yang dimaksud dengan apotek adalah suatu tempat tertentu dimana dilakukan usaha-usaha dalam bidang farmasi dan pekerjaan kefarmasian." Jadi dapat disimpulkan juga apotek adalah sarana pelayanan kefarmasian tempat dilakukan praktik kefarmasian oleh apoteker. Praktik kefarmasian meliputi pembuatan termasuk pengendalian mutu sediaan farmasi, pengamanan, pengadaan, penyimpanan dan pendistribusian obat, pelayanan obat atas resep dokter dan pelayanan informasi obat. Apotek Otty yang berada di jalan SM Raja Kec. Rantau Selatan, Kab. Labuhanbatu dituntut untuk menyediakan obat-obatan resep dokter serta obat-obatan racikan. Ditengah banyaknya persaingan Apotek-apotek lain dan sudah banyak juga toko obat dan minimarket- minimarket yang menyediakan obat-obatan, Apotek Otty melakukan kualitas pelayanan yang baik guna mempertahankan konsumen dan persaingan seperti memberikan pelayanan cek tekanan darah secara gratis kepada konsumen. Karyawan di Apotek Otty juga memberikan edukasi serta arahan kepada konsumen yang ingin konsultasi mengenai keluhan-keluhan konsumen, Karyawan Apotek Otty juga merupakan tenaga medis sehingga lebih profesional dibanding Apotek- Apotek lain yang ada di Rantau prapat dalam memberikan edukasi mengenai Kesehatan konsumen

Studi Literatur

Kualitas Pelayanan

Kandov, dkk (2015) mengatakan adalah bahwa pelayanan yang berkualitas meliputi: kebersihan apotek, keramahan petugas, pelayanan informasi obat, ketersediaan obat, dan kecepatan pelayanan, kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

Parasuraman, *et al*/dalam Fandy Tjiptono (2014:282) mengungkapkan terdapat 5 (lima) dimensi utama kualitas pelayanan yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut:

1. Reliabilitas

Reliabilitas yaitu kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan, juga memberikan layanan yang real dan sesuai dengan harapan

2. Jaminan

(Responsiveness) Daya tanggap yaitu keinginan para staf untuk membantupara pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.

3. Empati

Meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan

4. Bukti fisik

Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai, dan sarana komunikasi

Lokasi

Kotler dan Armstrong (2012) menyatakan bahwa *place* (tempat atau lokasi , yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan/ dijual terjangkau dan tersedia bagai pasar sasaran. Lokasi atau tempat merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, *place* dalam *service* merupakan gabungan antara lokasi yang strategis. lokasi berarti berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi.

Menurut Senggetang *et al* (2019:882) indicator lokasi adalah sebagai berikut:

1. Akses

Lokasi yang mudah dilalui atau mudah dijangkau sarana tranfortasi umum.

2. Visibilitas

Lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan atau jarak pandang normal

3. Tempat parkir yang luas

Aman, nyaman yang baik bagi kendaraan roda 2 dan juga roda 4.

4. Ekspansi

Tersedia tempat yang cukup luas untuk pelebaran atau perluasan usaha dikemudian hari.

Keputusan Pembelian

Menurut Swastha dan Handoko (2008:10) keputusan pembelian merupakan proses dalam pembelian nyata, apakah membeli atau tidak. Hal ini tentunya bergantung kepada keinginan konsumen dalam melakukan pembelian. Sehingga konsumen menjadi hal yang

paling penting, proses yang dimaksud adalah dari keinginan yang muncul dalam diri konsumen, kemudian konsumen memutuskan apakah keinginan tersebut mereka wujudkan atau tidak. Konsumen yang melakukan proses pembelian atau tidak, telah melakukan suatu keputusan pembelian..

Sementara itu, indikator keputusan pembelian menurut Kotler & Keller (2016:184) adalah tahapan-tahapan dari proses keputusan pembelian itu sendiri yang sebelumnya telah dijelaskan di atas, yakni:

1. Pengenalan masalah
2. Pencarian informasi
3. Evaluasi alternatif
4. Keputusan pembelian
5. Perilaku pasca pembelian

METODE PENELITIAN

. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Sugiyono (2023) mengatakan metode kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Populasi dari penelitian ini adalah semua orang yang pernah membeli di Apotek Otty, jumlah populasi tidak diketahui.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *purposive sampling*, yakni teknik penentuan sampel dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang digunakan yaitu berdasarkan karakteristik responden seperti jenis kelamin dan usia.

Ukuran populasi dalam penelitian sangat banyak dan tidak dapat diketahui dengan pasti, maka besar sampel yang digunakan menurut Rao Purba (1996). Berdasarkan rumus tersebut, sampel yang dapat diambil dari populasi minimal sebanyak 96,04 orang dibulatkan 100 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pengujian Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

Tabel 1 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

Variabel/Indikator	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Kualitas Layanan	XI.1	0,685	0,1996	Valid
	XI.2	0,691	0,1996	Valid
	XI.3	0,740	0,1996	Valid
	XI.4	0,605	0,1996	Valid
	XI.5	0,710	0,1996	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer SPSS 25 (2024)

Berdasarkan tabel 1 hasil uji validitas dengan menggunakan SPSS 25 bahwa untuk variabel X_1 dengan jumlah 5 butir pernyataan semuanya valid.

Pengujian Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)

Tabel 2

Pengujian Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)

Variabel/Indikator	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Lokasi	X2.1	0,651	0,1996	Valid
	X2.2	0,692	0,1996	Valid
	X2.3	0,718	0,1996	Valid
	X2.4	0,740	0,1996	Valid
	X2.5	0,749	0,1996	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer SPSS 25 (2024)

Berdasarkan tabel 2 di atas hasil uji validitas dengan menggunakan program SPSS 25, bahwa untuk variabel X_2 dengan jumlah butir 5 pernyataan semuanya valid. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ artinya semua butir pernyataan setiap variabel penelitian ini valid.

Pengujian validasi variabel Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 3

Pengujian Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Variabel/Indikator	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Keputusan Pembelian	Y1	0,672	0,1996	Valid
	Y2	0,824	0,1996	Valid
	Y3	0,706	0,1996	Valid
	Y4	0,661	0,1996	Valid
	Y5	0,713	0,1996	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer SPSS 25 (2024)

Berdasarkan tabel 3 di atas hasil uji validitas dengan menggunakan program SPSS 25, bahwa untuk variabel Y dengan jumlah butir 5 pernyataan semuanya valid. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ artinya semua butir pernyataan setiap variabel penelitian ini valid.

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas variabel keragaman produk (X1)

Tabel 5

Uji reliabilitas variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.719	5

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer SPSS 25 (2024)

Berdasarkan tabel 5, menunjukkan bahwa nilai Cronbach Alpha variabel kualitas pelayanan (X1) lebih besar dari r_{tabel} dengan nilai Cronbach Alpha $0,719 > 0,60$, yang berarti instrumen penelitian tersebut dinyatakan reliabel dan layak dijadikan variabel dalam pengukuran penelitian ini.

Pengujian reliabilitas variabel Lokasi (X2)

Tabel 6

Uji reliabilitas variabel Lokasi (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.749	5

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer SPSS 25 (2024)

Berdasarkan tabel 6 menunjukkan bahwa nilai Cronbach Alpha variabel Lokasi (X2) lebih besar dari rtabel dengan nilai Cronbach Alpha $0,749 > 0,60$, yang berarti instrumen penelitian tersebut dinyatakan reliable dan layak dijadikan variabel dalam pengukuran penelitian ini.

Pengujian reliabilitas variabel Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 7

Uji reliabilitas variabel keputusan pembelian (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.749	5

Sumber : Hasil Pengolahan data Primer SPSS 25 2024

Berdasarkan tabel 7, menunjukkan bahwa nilai Cronbach Alpha variabel kinerja karyawan (Y) lebih besar dari rtabel dengan nilai Cronbach Alpha $0,762 > 0,60$, yang berarti instrumen penelitian tersebut dinyatakan reliable dan layak dijadikan variabel dalam pengukuran penelitian ini.

Uji Asumsi Klasik

Untuk membuktikan apakah data terdistribusi dengan normal yaitu dengan melihat pada tabel Kolmogrov-Smirnov di bawah ini.

Tabel 8 Hasil Uji Kolmogrov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.03273970
Most Extreme Differences	Absolute	.058
	Positive	.054
	Negative	-.058
Test Statistic		.058
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer SPSS 25 (2024)

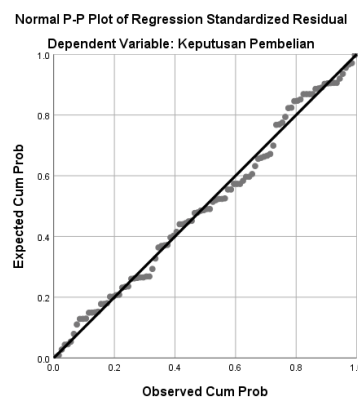
Berdasarkan hasil pengamatan uji normalitas dengan pendekatan statistik Kolmogorov-Smirnov pada tabel 8 di atas, maka dapat diketahui apakah data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal atau tidak. Hal tersebut dapat diketahui dengan membandingkan Asymp. Sig. (2-tailed) dengan kriteria pengujian yang dapat dilihat

pada tingkat signifikan data. Melihat hasil pengujian di atas, dapat diketahui bahwa nilai signifikan yang diperoleh adalah sebesar 0,200 di mana nilai tersebut lebih besar dari tingkat signifikan sebesar 0,05 atau secara sederhana bahwa $0,200 > 0,05$. sehingga dapat disimpulkan, bahwa model regresi dalam penelitian ini adalah berdistribusi normal.

Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan terhadap residual regresi, pengujian ini dilakukan dengan menggunakan P-P Plot. Data normal adalah data yang membentuk titik-titik yang menyebar tidak jauh dari titik diagonalnya dan mengikuti garis diagonalnya. Hasil uji normalitas dengan menggunakan grafik normal P-P Plot dapat dilihat pada gambar 9

Gambar 1 Hasil Uji Normalitas



Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer SPSS 25 (2024)

Berdasarkan gambar 1 dapat dilihat bahwa normal P-P Plot menunjukkan data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolonieritas

Hasil uji multikolonieritas dapat dilihat pada tabel 9:

Tabel 9

Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.862	1.348		3.607	.000		
	Kualitas Pelayanan	.600	.074	.632	8.097	.000	.752	1.330
	Lokasi	.190	.077	.192	2.455	.016	.752	1.330

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer SPSS 25 (2024)

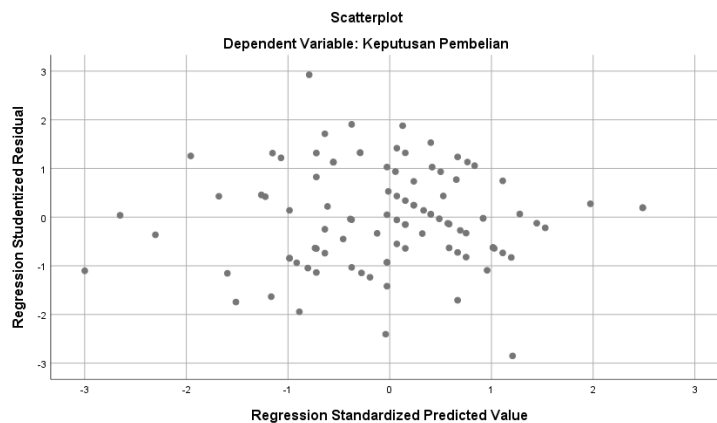
Berdasarkan tabel 10 diatas dapat dilihat bahwa nilai Tolerance kedua variabel tersebut > 0,10 dan VIF < 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel bebas

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan variabel dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika ada pola tertentu dalam grafik plot yang membentuk lingkaran, , mengumpul seperti bola, semakin membesar semakin mengecil, dan membesar-membesar kemudian mengecil atau sebaliknya. Jika grafik plot menyebar atau tidak membentuk pola tertentu seperti disebutkan di atas, maka model regresi yang digunakan dapat dinyatakan heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dengan grafik Scatterplot dapat dilihat pada gambar 2 berikut:

Gambar 2

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer SPSS 25 (2024)

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.862	1.348		3.607	.000
	Kualitas Pelayanan	.600	.074	.632	8.097	.000
	Lokasi	.190	.077	.192	2.455	.016

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer SPSS 25 (2024)

Berdasarkan tabel 10, model analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini dapat di rumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$Y = 4.862 + 0,600 X_1 + 0,190 X_2 + e$$

Pada persamaan regresi tersebut dapat disimpulkan:

1. Nilai koefisien konstanta sebesar 4.862 yang berarti jika variabel independen Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) adalah nol, maka nilai Keputusan Pembelian sebesar 4.862.
2. Nilai koefisien regresi Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,600 yang berarti setiap kenaikan variabel (X1) sebesar satu satuan, maka Keputusan Pembelian (Y) mengalami peningkatan sebesar 0,600. Nilai variabel Kualitas Pelayanan (X1) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) bernilai positif, artinya semakin tinggi nilai variabel (X1) maka semakin tinggi nilai variabel Y.
3. Nilai koefisien regresi Lokasi (X2) sebesar 0,190 yang berarti setiap kenaikan variabel X2 sebesar satu satuan, maka Keputusan Pembelian (Y) mengalami peningkatan sebesar 0,190. Nilai variabel Lokasi (X2) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) Bernilai positif, artinya semakin tinggi nilai variabel X2, maka semakin tinggi nilai variabel Y.

Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Tabel 11
Hasil Uji Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.862	1.348		3.607	.000
	Kualitas Pelayanan	.600	.074	.632	8.097	.000
	Lokasi	.190	.077	.192	2.455	.016

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer SPSS 25 (2024)

1. Uji Signifikansi Parsial (Uji t) pada Kualitas Pelayanan (X1)

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 4.15, maka diperoleh nilai thitung variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 8,097 dimana nilai tersebut > ttabel yaitu sebesar 1.985. Nilai ttabel diperoleh dari df ($n - k = 100 - 3 = 97$) dan α ($\alpha / 2 = 0,05/2 = 0,025$) dan ttabel sebesar 1.985. Dan nilai signifikansi variabel Kualitas Pelayanan (X1) adalah $0,00 < 0,05$. Maka H0 ditolak H1 diterima artinya, Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap peningkatan Keputusan Pembelian (Y) pada Apotek Otty Rantauprapat.

2. Uji Signifikansi Parsial (Uji t) pada Lokasi (X2)

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 4.15, maka diperoleh nilai nilai thitung variabel Lokasi (X2) sebesar 2,455 dimana nilai tersebut > ttabel yaitu sebesar 1.985. Nilai ttabel diperoleh dari df ($n - k = 97 - 3 = 94$) dan α ($\alpha / 2 = 0,05/2 = 0,025$) dan ttabel sebesar 1.985. Dan nilai signifikansi variabel Lokasi (X2) adalah $0,00 < 0,05$. Maka H0 ditolak H1 diterima artinya, Lokasi (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Apotek Otty di Rantauprapat.

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F yaitu uji koefisien regresi secara bersama-sama untuk mengkaji signifikansi pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel 12:

Tabel 12 Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	512.769	2	256.384	60.795	.000 ^b
	Residual	409.071	97	4.217		
	Total	921.840	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas Pelayanan

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer SPSS 25 (2024)

Berdasarkan hasil pengujian dari uji simultan (Uji F) pada tabel 12, diperoleh hasil Fhitung sebesar 60,795 dimana nilai tersebut > Ftabel yaitu sebesar 3,09. Nilai Ftabel diperoleh dari $df1/N1$ ($k - 1 = 3 - 1 = 2$) dan $df2/N2$ ($n - k = 100 - 3 = 97$) dengan nilai $\alpha = 5\%$ dan F_{tabel} sebesar 3,09. Dengan nilai signifikansinya adalah $0,00 < 0,05$. Maka H0 ditolak dan H1 diterima, artinya Kualitas Pelayanan dan Lokasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Apotek Otty Rantauprapat.

Uji Koefisien Determinasi (R2)

Hasil uji koefisien determinasi (R2) dapat dilihat pada tabel 13:

Tabel 13

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.746 ^a	.556	.547	2.054

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas Pelayanan

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer SPSS 25 (2024)

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 13, dapat dilihat bahwa nilai R sebesar 0,746, dimana nilai koefisien ini menunjukkan hubungan antara keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap peningkatan jumlah nasabah. Nilai R Square atau nilai koefisien determinasi sebesar 0,556 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) dapat menjelaskan variabel Keputusan Pembelian (Y) sebesar 55% sedangkan sisanya sebesar 45% dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari variabel penelitian ini.

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengolahan data yang ada diketahui bahwa Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Apotek Otty Rantauprapat. Dilihat dari hasil uji t dimana antara variabel Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) didapatkan hasil nilai thitung $8,097 > t_{tabel} 1,985$ dan signifikasinya $0,00 < 0,05$.

Hal tersebut juga didukung oleh penelitian sebelumnya yang berjudul "Pengaruh Kualitas produk, persepsi harga, kualitas layanan dan lokasi Terhadap Keputusan Pembelian)" oleh Yuliana & Maskur (2022) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Kualitas Pelanggan (X1) dan Lokasi (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil penjabaran sebelumnya, dapat disimpulkan kualitas pelayanan (X1) dan lokasi (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) berpengaruh secara simultan. Pada hasil uji simultan (uji F) didapat hasil bahwa kualitas pelayanan (X1) dan lokasi (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) menunjukkan hasil $F_{hitung} 60,795 > F_{tabel} 3,09$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Sementara itu hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai R Square yaitu sebesar 0,552, artinya kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh sebesar 55% sedangkan sisanya 45 % dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari penelitian ini..

SIMPULAN

Berdasarkan Penelitian yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil uji parsial (Uji t) variabel kualitas pelayan (X1) menunjukkan bahwa thitung $8,097 > t_{tabel} 1,985$ dan nilai signifikasi sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Apotek Otty Rantauprapat.
2. Hasil uji parsial (Uji t) variabel lokasi (X2) menunjukkan bahwa thitung $2,455 > t_{tabel} 1,985$ dan nilai signifikasi sebesar $0,00 < 0,05$. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0

ditolak dan H1 diterima yang berarti bahwa variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Apotek Otty Rantauprapat.

3. Hasil uji simultan (Uji F) variabel kualitas pelayanan (X1) dan lokasi (X2) menunjukkan bahwa $F_{hitung} = 60,795 > F_{tabel} = 3,09$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima, artinya bahwa variabel kualitas pelayanan dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Apotek Otty Rantauprapat.
4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²) menunjukkan nilai R square 0,556. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh sebesar 55% sedangkan sisanya 45% dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

- Ariany, I. V., & Lutfi, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Perceived Value Terhadap Loyalitas Pasien: Kepuasan Pasien Sebagai Mediasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(4)
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Jakarta: Penerbit Prenhalind
- Fandy, Tjiptono. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Fandi, Tjiptono. (2014). *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Kasmir. (2006). *Kewirausahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Kurniawan. (2020). PELANGGAN (Studi pada Rumah Makan Bebek Kaleyo Cabang Cempaka Putih). *Jurnal STEI Ekonomi*.
- Kondov, Grace; Kansil, M.R; Umboh; Jootie.M.L. (2015). Hubungan Antara Pelayanan Kefarmasian Dengan Kepuasan Pasien Menggunakan Jasa Apotek di Kota Manado. *Ejournal Usrat*, Vol. 5, No.2.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016), *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc
- Mimi SA. (2015), Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Ranch Market, *Jurnal Ekonomi*, Volume XX, Nomor 01
- Pujawan, I., N. (2010). *Supply Chain Management*. Surabaya: PT Guna Widya
- Purnama, Nursya'bani. 2006. *Manajemen Kualitas. Edisi Pertama*. Yogjakarta : EKONISIA