



**ANALISIS PENGARUH PELAYANAN DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OBAT DI
APOTEK MADINA PANYABUNGAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah
Konsentrasi Manajemen Bisnis*

OLEH

SERI WAHYUNI
NIM. 13 230 0086

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN**

2017



**ANALISIS PENGARUH PELAYANAN DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OBAT DI
APOTEK MADINA PANYABUNGAN**

SKIRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah
Konsentrasi Manajemen Bisnis*

OLEH

SERI WAHYUNI
NIM. 13 230 0086

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN**

2017



**ANALISIS PENGARUH PELAYANAN DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OBAT DI
APOTEK MADINA PANYABUNGAN**


SKIRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah
Konsentrasi Manajemen Bisnis*

OLEH

SERI WAHYUNI
NIM. 13 230 0086

PEMBIMBING I


NOFINAWATI, MA
NIP. 19821116 201101 2 003

PEMBIMBING II


JA'FAR NASUTION, Lc., M.E.I

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN**

2017



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl.H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Tel.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **Seri Wahyuni**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 13 Desember 2017
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran untuk perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Seri Wahyuni** yang berjudul "**Analisis Pengaruh Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Obat di Apotek Madina Panyabungan**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerja sama dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I

Pembimbing II

Nofinawati, MA
NIP.19821116 201101 2 003

Ja'far Nasution, Lc., M.E.I

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : SERI WAHYUNI
NIM : 13 230 0086
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Analisis Pengaruh Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Obat Di Apotek Madina Panyabungan.**

Dengan ini menyatakan menyusun skripsi sendiri tanpa menerima bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang kode etik mahasiswa, yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 13 Desember 2017
Saya yang Menyatakan,



SERI WAHYUNI
Nim. 13 230 0086

KESEKUTUPAN AGAMA NEGERI PADANGSIDIMPUAN

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

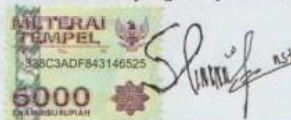
Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan.
Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : SERI WAHYUNI
NIM : 13 230 0086
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan. Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **Analisis Pengaruh Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Obat di Apotek Madina Panyabungan**. Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidimpuan
Pada tanggal : 13 Desember 2017
yang menyatakan,



SERI WAHYUNI
NIM. 13 230 0086

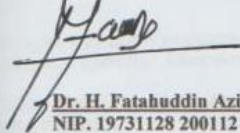


KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. H. T. Rizal Nordin Km. 4,5 Sibitang Padangsidimpun 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

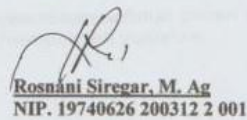
DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : Seri Wahyuni
NIM : 13 230 0086
Fakultas/ Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah-2 MB
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Obat di Apotek Madina Panyabungan.

Ketua

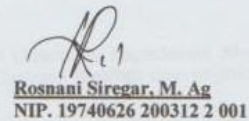

Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag
NIP. 19731128 200112 1 001

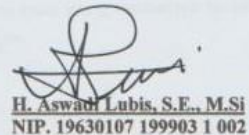
Sekretaris


Rosnani Siregar, M. Ag
NIP. 19740626 200312 2 001

Anggota


Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag
NIP. 19731128 200112 1 001


Rosnani Siregar, M. Ag
NIP. 19740626 200312 2 001


H. Aswadi Lubis, S.E., M.Si
NIP. 19630107 199903 1 002


Budi Gattama Siregar, S.Pd., M.M
NIP. 19790720 201101 1 005

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpun
Hari/Tanggal : Kamis/28 Desember 2017
Pukul : 09.00 WIB
Hasil/Nilai : 70,37/ B
Predikat : Amat Baik
IPK : 3,0



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telp. (0634)22080 Fax. (0634)24022

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : ANALISIS PENGARUH PELAYANAN DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OBAT DI
APOTEK MADINA PANYABUNGAN**

**NAMA : SERI WAHYUNI
NIM : 13 230 0086**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, 09 Juni 2018
Dekan,



[Signature]
Dr. Darwis Harahap, S.HI, M.Si
NIP. 19780818 2009011 015

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan karunia pertolongan-Nya, sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan yang berjudul **“Analisis Pengaruh Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Obat di Apotek Madina Panyabungan”** sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW sosok teladan umat dalam segala perilaku keseharian yang berorientasi kemuliaan hidup di dunia dan akhirat.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, kerjasama dari berbagai pihak dan berkah dari Allah SWT sehingga kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat diatasi.

Dengan segala hormat dan ungkapan bahagia, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL., sebagai Rektor IAIN Padangsidempuan, serta Bapak Drs. H. Irwan Saleh Dalimunthe, M.A Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Aswadi Lubis, S.E., M.Si., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan

dan Keuangan, Bapak Drs. Samsuddin Pulungan, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Ibu Rosnani Siregar, M.Ag., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan. Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.
3. Bapak Muhammad Isa, ST., M.M selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah, serta Ibu Delima Sari Lubis, M.A sebagai Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah dan seluruh civitas akademika IAIN Padangsidimpuan.
4. Ibu Nofinawati, MA selaku pembimbing I yang telah bersedia dengan tulus memberikan arahan bimbingan, motivasi dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Ja'far Nasution, Lc., M.E.I selaku Pembimbing II yang telah bersedia dengan tulus memberikan arahan bimbingan, petunjuk dan saran kepada peneliti selama menyusun skripsi ini.
6. Bapak Yusri Fahmi, MA., Kepala perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku selama proses perkuliahan dan penyelesaian penulisan skripsi ini.

7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan masukan, arahan dan ilmu yang tak ternilai serta seluruh staf dan pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu kelancaran dan Administrasi Akademik.
8. Teristimewa untuk keluarga tercinta Penghargaan dan terima kasih yang tidak ternilai kepada Ayahanda tercinta Ropii Nasution dan Ibunda tercinta Nur Halimah Pulungan yang telah banyak melimpahkan pengorbanannya yang tidak pernah mengenal lelah, selalu memberikan bantuan moril dan material dan sabar memotivasi, kasih sayangnya dan do'a yang senantiasa mengiringi langkah peneliti. Adinda tercinta yang tak bosan memberikan doa, motivasi dan dukungan kepada peneliti (Nur Saidah Nasution, Nur Hidayah Nasution, Fitri Ani Nasution, Atikah Zahra Nasution dan Salamat Martua Nsution) semoga semuanya sukses dan selalui diridhoi Allah SWT.
9. Kepada sahabat yang selalu memotivasi, memberikan semangat dan membantu peneliti dalam suka maupun duka yang terkhusus sahabat tercinta Ramadhani Simatupang, Habibi Ahmad Batubara, Mardiani Rambe, Delvia Nora Simbolon, Fitri Ani Siregar, Muliadi Arisandi Rangkuti, Cut Nirwana Puteh, Rika Riski, sahabat Arjemen dan Arjementel ES-2 MB angkatan 2013 IAIN Padangsidimpuan, teman satu kos Rosmiah Nasution dan adek-adek kos kuning yang selalu memberikan bantuan, dukungan, dan selalu siap mendengarkan curahan hati peneliti, lainnya yang telah memberikan dukungan dalam penyelesaian skripsi peneliti.

10. Kerabat dan seluruh rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2013, teristimewa Ekonomi Syariah-2 (Manajemen Bisnis-1) 2013 yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Dengan memohon rahmat dan ridho Allah semoga pihak-pihak yang peneliti sebutkan di atas selalu dalam lindungan dan petunjuk Allah SWT dan Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Sungguh telah sangat berarti pelajaran dan pengalaman yang peneliti temukan dalam proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini hingga menuju tahap akhir.

Akhirnya peneliti menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari sempurna, untuk itu saran dan kritikan yang sifatnya membangun sangat peneliti butuhkan demi kesempurnaan tulisan ini dan semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah serta perlindungan kepada kita semua. *Amin Ya Rabbal Alamin*

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Padangsidempuan, 13 Desember2017
Peneliti

Seri Wahyuni
NIM. 13 230 0086

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

- a. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	fathah	A	a
— /	Kasrah	I	i
— ُ	ḍommah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
.....و	fathah dan wau	Au	a dan u

- c. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....ا.....ى	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
.....ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
.....و	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

3. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- a. *Ta marbutah* hidup yaitu *ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, transliterasinya adalah /t/.
- b. *Ta marbutah* mati yaitu *ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau tasydid yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

5. **Kata Sandang**

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya,

yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

- b. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka

yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektor Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektor Pendidikan Agama.

ABSTRAK

Nama : Seri Wahyuni
Nim : 13 230 0086
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Obat di Apotek Madina Panyabungan.

Perkembangan dunia bisnis di Indonesia yang semakin tinggi membuat pasar menjadi semakin luas dan peluang ada di mana-mana, namun sebaliknya persaingan menjadi semakin ketat dan sulit di prediksi. Latar belakang masalah dalam penelitian ini ialah pelayanan yang diberikan Apotek Madina kurang maksimal sehingga keputusan untuk membeli berkurang, maka Apotek Madina harus tanggap dalam melakukan pelayanan terhadap konsumennya. Banyaknya pelanggan membuat karyawan sulit mengatasi pembelian, sehingga pelanggan antri untuk mendapatkan obat yang dibutuhkan, sedangkan obat yang mau dibeli terkadang merupakan hal yang mendesak. Lokasi Apotek Madina kurang strategis karena parkirannya tidak memadai oleh karena itu diperlukan ruang parkir bagi pembeli karena lokasi berada di pusat kota. Sedangkan Apotek Madina belum menyiapkan lapangan khusus parkir konsumen.

Teori dalam penelitian ini berkaitan dengan bidang ilmu pemasaran. Sehubungan dengan teori-teori yang dilakukan adalah teori-teori yang berkaitan dengan pelayanan, lokasi dan keputusan pembelian serta bagian-bagian tertentu dari keilmuan tersebut. Tujuan dilakukannya penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian obat di Apotek Madina Panyabungan

Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan regresi linear berganda. Teknik pengumpulan data menggunakan angket/kuesioner dengan jumlah populasi 5852 dan sampel 99 responden. Kemudian pengolahan datanya menggunakan perhitungan statistik dengan bantuan program SPSS versi 22. Berdasarkan deskriptif statistik, uji normalitas, uji linearitas, Asumsi klasik dan analisis regresi linear berganda dengan uji t, uji F dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti diperoleh hasil nilai *Adjusted R²* sebesar 0,152 variabel pelayanan dan lokasi mempengaruhi keputusan pembelian di Apotek Madina Panyabungan. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan dan lokasi memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian sebesar 15,2% dan sisanya 84,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Hasil variabel pelayanan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $1,764 > 1,661$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima atau pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Variabel lokasi $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,210 > 1,661$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima atau lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Variable pelayanan dan lokasi secara simultan $f_{hitung} > F_{Tabel}$ yaitu $9,11 > 3,09$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima atau pelayanan dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap nilai keputusan pembelian.

Kata Kunci: Pelayanan, Lokasi dan Keputusan Pembelian

DAFTAR ISI

Halaman

Halaman Judul	
Halaman Pengesahan Pembimbing	
Surat Pernyataan Pembimbing	
Halaman Pernyataan Menyusun Skripsi Sendiri	
Halaman Pernyataan Persetujuan Publikasi	
Halaman Pengesahan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR SKEMA	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah	5
D. Definisi Operasional Variabel	5
E. Rumusan Masalah	7
F. Tujuan Penelitian	7
G. Manfaat Penelitian	8
H. Sistematika Pembahasan	9

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori	11
1. Keputusan Pembelian	11
a. Pengertian Keputusan Pembelian.....	11
b. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	16
2. Pelayanan.....	24
a. Pengertian Pelayanan.....	24
b. Indikator Pelayanan	28
3. Lokasi	31
a. Pengertian Lokasi	31
b. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Lokasi.....	32
B. Penelitian Terdahulu	34
C. Kerangka Pikir	37
D. Hipotesis	38

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian	40
B. Jenis Penelitian.....	40
C. Populasi dan Sampel	41
1. Populasi.....	41
2. Sampel	42
D. Sumber Data.....	43
E. Instrumen Pengumpulan Data	44
1. Angket atau Kuesioner	45
2. Pengamatan (Observasi).....	47
3. Dokumentasi	47
F. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	47
1. Uji Validitas	47
2. Uji Reliabilitas	48
G. Analisis Data	48
1. Statistik Deskriptif.....	48
2. Uji Asumsi Dasar	49
3. Uji Asumsi Klasik	50
a. Uji Multikolinieritas	50
b. Uji Heteroskedastisitas	50
c. Uji Autokorelasi	50
4. Analisis Regresi Linear Berganda	51
5. Uji Hipotesis	52
a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	52
b. Uji Parsial (Uji t)	52
c. Uji Simultan (Uji F).....	53

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	55
1. Sejarah Singkat Apotek Madina Panyabungan	55
2. Struktur Organisasi Apotek Madina Panyabungan	56
B. Karakteristik Data Responden.....	58
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat.....	58
2. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
3. Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
C. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	60
1. Uji Validitas.....	60
2. Uji Reliabilitas	62
3. Analisis Data	64
a. Statistik Deskriptif.....	64
b. Uji Normalitas	65
c. Uji Linearitas	65
d. Asumsi Klasik	67
e. Analisis Regresi Linear Berganda	70
f. Uji Hipotesis.....	71

D. Pembahasan Hasil Penelitian	74
E. Keterbatasan Penelitian	76

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	77
B. Saran.....	78

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	: Data Penjualan dan Data Pembeli di Apotek Madina Panyabungan Tahun 2016.....	3
Tabel I.2	: Definisi Operasional Variabel.....	6
Tabel II.1	: Penelitian Terdahulu	34
Tabel III.1	: Pembeli yang dating pada bulan januari sampai bulan juli tahun 2016	40
Tabel III.2	: Penetapan Skor Alternatif atas Jawaban Responden	45
Tabel III. 3	: Indikator Keputusan Pembelian	45
Tabel III. 4:	Indikator Pelayanan	45
Tabel III.5	: Indikator Lokasi	45
Tabel III.6	: Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	52
Tabel IV.1	: Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat	57
Tabel IV.2	: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel IV.3	: Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
Tabel IV.4	: Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	60
Tabel IV.5	: Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan	60
Tabel IV.6	: Hasil Uji Validitas Lokasi	61
Tabel IV.7	: Hasil Uji Reliabilitas pada Keputusan Pembelian.....	61
Tabel IV.8	: Hasil Uji Reliabilitas pada Pelayanan.....	62
Tabel IV.9	: Hasil Uji Reliabilitas pada Lokasi	62
Tabel IV.10:	Hasil Uji Deskriptif.....	63
Tabel IV.11:	Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	64
Tabel IV.12:	Hubungan Linear Keputusan Pembelian dengan Pelayanan	65
Tabel IV.13:	Hubungan Linear Keputusan Pembelian dengan Lokasi.....	66
Tabel IV.14	: Hasil Uji Multikolinieritas	67
Tabel IV.15:	Hasil Uji Heteroskedastisitas	68
Tabel IV.16:	Uji Autokorelasi.....	68
Tabel IV.17:	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	69
Tabel IV.18:	Hasil Koefisien Determinasi.....	70
Tabel IV.19:	Hasil Uji Parsial (Uji t).....	71
Tabel IV.20:	Hasil Uji Simultan (Uji F)	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar IV.1: Struktur Organisasi Apotek Madina Panyabungan.....	55
Gambar IV.3: Kurva Linear	64

DAFTAR SKEMA

SkemaII.1 : Tahap-tahap antara Evaluasi dan Keputusan Pembelian	13
SkemaII.2: Kerangka Pikir	36

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis di Indonesia yang semakin pesat membuat pasar menjadi semakin luas dan peluang ada di mana-mana, namun sebaliknya persaingan menjadi semakin ketat dan sulit di prediksi. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk menciptakan keunggulan kompetitif bisnisnya agar mampu bersaing secara kesinambungan. Perkembangan dan persaingan yang semakin tajam di dunia bisnis tersebut membawa dampak perubahan yang luar biasa bagi kehidupan masyarakat.

Saat ini masyarakat mulai memasukkan kebutuhan baru sebagai dasar mereka, kebutuhan tersebut diantaranya adalah kebutuhan akan pelayanan. Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen.¹ Pelanggan diibaratkan seorang raja yang harus dilayani, namun hal ini bukan berarti menyerahkan segala-galanya kepada pelanggan. Usaha memuaskan kebutuhan pelanggan harus dilakukan secara menguntungkan kedua belah pihak merasa senang atau tidak ada yang dirugikan. Kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat berharga demi mempertahankan pelanggan untuk tetap mempertahankan bisnis atau usaha.

¹Ratminto & Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*(Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2005), hlm. 2.

Dalam hal ini semakin meningkatnya kondisi sosial ekonomi masyarakat, maka sangat berpengaruh juga dengan pola pikir masyarakat yang semakin kritis terhadap hal-hal yang sangat penting terutama dalam hal kesehatan. Masyarakat mulai menyadari bahwa kesehatan menjadi sesuatu yang sangat penting karena masyarakat tidak akan bisa hidup layak jika tidak terpenuhi kebutuhan kesehatannya.

Pelayanan dan lokasi dapat mempengaruhi keputusan untuk membeli dari konsumen. Dengan pelayanan yang baik dan lokasi yang nyaman, konsumen akan merasa puas dan senang terhadap keputusan untuk membeli di Apotek Madina Panyabungan. Pelayanan yang diberikan Apotek Madina kurang maksimal. Yang akan menyebabkan keputusan untuk membeli ke Apotek Madina berkurang, maka Apotek Madina sebaik mungkin melakukan pelayanan terhadap konsumennya. Banyaknya konsumen membuat karyawan susah mengatasi pembelian, sehingga pelanggan antri untuk mendapatkan obat yang dibutuhkan.² Apalagi pada jam 09.00 dan 15.00 WIB ketika konsumen lagi ramainya, sedangkan karyawan yang lain masih melayani konsumen, menyebabkan antrian pada konsumen. Sedangkan obat yang mau dibeli terkadang merupakan kebutuhan yang mendesak.

Keputusan Pembelian Setiap konsumen melakukan berbagai macam keputusan tentang pencarian, pembelian, penggunaan dan merek obat yang dibutuhkan. Konsumen melakukan keputusan setiap hari, tanpa mereka sadari, konsumen berusaha untuk mempelajari bagaimana konsumen mengambil

²Irma Warni, Hasil wawancara dengan karyawan Apotek Madina, yang dilakukan pada hari Sabtu, 06 Mei 2017 pukul 09.00 WIB.

keputusan dan memahami faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi dan yang terlibat dalam pengambilan keputusan.

Adapun data penjualan di Apotek Madina tahun 2016 dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1
Data Penjualan dan Data Pembeli di Apotek Madina
Panyabungan Tahun 2016

Bulan	Penjualan	Persentase Kenaikan	Persentase Penurunan	Pembeli	Persentase Kenaikan	Persentase Penurunan
Januari	Rp 24.500.000			980		
Februari	Rp 34.300.000	40		1.372	40	
Maret	Rp 17.500.000		48,97	700		48,97
April	Rp 21.000.000	20		840	20	
Mei	Rp 28.700.000	36,6		1.148	36,6	
Juni	Rp 20.300.000		29,26	812		29,26
Juli	Rp 23.800.000	17,24		952	17,24	
Agustus	Rp 14.000.000		41,17	560		41,17
September	Rp 42.700.000	205		1.708	205	
Oktober	Rp 37.100.000		13,11	1.484		13,11
November	Rp 37.800.000	1,8		1.512	1,8	
Desember	Rp 22.500.000		40,47	900		40,41
Jumlah	Rp 324.200.000			12.968		

Sumber: Pemilik Apotek Madina Panyabungan Dodi Martua S.Pdi

Dari tabel 1.1 diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah penjualan dan pembeli di Apotek Madina Panyabungan Tahun 2016 pada bulan September mengalami kenaikan sebesar 205% dengan jumlah 1.708 pembeli, kemudian pada bulan Maret mengalami penurunan sebesar 48,97% dengan jumlah 700 pembeli, sedangkan pada bulan berikutnya mengalami penurunan kembali yang menyatakan bahwa penjualan tidak pernah stabil pada tiap bulannya.³

Pada perinsipnya pelayanan sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, yang akan berakibat pada kenaikan dan penurunan

³*Ibid.*

penjualan atau pembeli. Pelayanan yang diberikan Apotek Madina kurang maksimal sehingga keputusan pembelian berkurang, akan tetapi lokasi juga menentukan keputusan pembelian konsumen.

Lokasi sangat penting bagi konsumen untuk memutuskan membeli obat di Apotek Madina Panyabungan. Karena apabila perusahaan salah dalam menentukan lokasi yang dipilih akan mengakibatkan peningkatan biaya yang harus dikeluarkan.⁴ Maka diperlukannya ruang parkir bagi pembeli karena lokasi merupakan di tepi jalan raya yang banyak dilewati para pengendara. Sedangkan Apotek Madina belum menyiapkan lapangan khusus parkir konsumen.

Keputusan pembelian obat pada Apotek Madina Panyabungan dipengaruhi oleh faktor lokasinya dan pelayanan yang baik. Berdasarkan uraian dari permasalahan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Obat di Apotek Madina Panyabungan”**.

B. Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang masalah, penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:.

1. Karyawan Apotek Madina kurang cepat melayani pembeli menyebabkan antrian bagi konsumen untuk membeli obat dan setok obat yang diinginkan tidak tersedia.
2. Banyaknya konsumen yang ingin membeli obat membutuhkan waktu yang cukup lama untuk menunggu pelayanan.

⁴ Agus Sucipto, *Study Kelayakan Bisnis*(Malang: UIN-Maliki Press,2010), hlm. 89.

3. Tempat parkir Apotek Madina Panyabungan kurang luas membuat konsumen parkir ditepi jalan raya sehingga membayar uang parkir senilai Rp.2000 (dua ribu rupiah).

C. Batasan Masalah

Masalah yang berkaitan dengan latar belakang di atas tentu banyak sekali. Namun, peneliti hanya membatasi masalah pada pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian obat di Apotek Madina Panyabungan yang beralamat di Jl. Willem Iskandar Pasar Lama.

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan penjelasan mengenai cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur variabel penelitian yang dapat dituju.⁵ Definisi operasional variabel adalah aspek penelitian yang memberikan informasi tentang bagaimana caranya mengukur variabel. Definisi operasional merupakan informasi ilmiah yang sangat membantu peneliti lain yang ingin melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang sama.⁶

Definisi operasional variabel adalah definisi yang didasari atas sifat- sifat hal yang dapat diamati.⁷ Dari masalah yang dikemukakan di atas, peneliti menentukan 2 (dua) jenis variabel penelitian, yaitu variabel bebas (*independen*) dan variabel terikat (*dependen*).

⁵Indriantoro, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen* (Yogyakarta: BPF 2002) hlm. 248.

⁶Abdurrahman Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi* (Jakarta: Rineka Cipta 2011) hlm. 32.

⁷Sumardi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*(Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada 2012), hlm. 29.

1. Variabel bebas (*independen*) adalah variabel yang mempengaruhi, berupa pelayanan (X_1) dan lokasi (X_2).
2. Variabel terikat (*dependen*) adalah tipe variabel terikat yang menjelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen, berupa keputusan pembelian (Y). Operasional variabel dalam penelitian merupakan bentuk operasional dari variabel-variabel yang digunakan, biasanya terdiri dari definisi konseptual, indikator yang digunakan, alat ukur yang digunakan, dan penilaian alat ukur.

Tabel I.2
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
1	Pelayanan (Variabel X_1)	Dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata mereka terima dengan pelayanan suatu perusahaan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kehandalan (<i>Reliability</i>) 2. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) 3. Jaminan (<i>Assurance</i>) 4. Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>) 5. Kinerja pelayanan (<i>Performance</i>) 	Skala Likert
2	Lokasi (Variabel X_2)	Tempat yang menarik bagi konsumen adalah tempat yang paling menyenangkan, dan efisien.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Geografi (Sudah dikenal) 2. Tempat usaha 3. Kualitas usaha 	Skala Likert

3	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan Pembelian adalah pada tahap evaluasi, konsumen menyusun merek dalam himpunan pilihan serta membentuk nilai pembelian.	1. Keputusan Merek 2. Keputusan Kualitas 3. Keputusan Pembelian	Skala Likert
---	-------------------------	---	---	--------------

E. Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan suatu pertanyaan yang akan dicari jawaban melalui pengumpulan data. Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah yang menjadi perhatian dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian obat di Apotek Madina Panyabungan ?
2. Apakah ada pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian obat di Apotek Madina Panyabungan?
3. Apakah ada pengaruh pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian obat secara simultan di Apotek Madina Panyabungan?

F. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan, tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian obat di Apotek Madina Panyabungan.
2. Mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian obat di Apotek Madina Panyabungan.
3. Mengetahui pengaruh pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian obat secara simultan di Apotek Madina Panyabungan.

G. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini antara lain adalah:

1. Bagi peneliti
 - a. Menambah wawasan dan dapat memperoleh pengetahuan serta pengalaman dalam mengetahui permasalahan khususnya di bidang pemasaran dan ekonomi.
 - b. Menambah pengetahuan tentang Pelayanan dan Lokasi bagaimana pengaruhnya terhadap keputusan pembelian obat di Apotek Madina Panyabungan.
 - c. Menyelesaikan tugas akhir perkuliahan pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan.
2. Bagi Peneliti lainnya
 - a. Dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.
 - b. Dapat mengetahui seberapa besar pengaruh pelayanandan lokasi terhadap keputusan pembelian obat di Apotek Madina Panyabungan.

3. Bagi Apotek Madina

- a. Untuk membantu masyarakat dalam menentukan strategi pemasaran dalam pembelian obat.
- b. Untuk memberikan pelayanan yang bermanfaat bagi masyarakat serta lokasi dalam bekerjasama dengan rumah sakit khususnya di daerah Panyabungan.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pembahasan ini setiap permasalahan yang dikemukakan sesuai dengan sasaran yang diamati, maka pembahasan penelitian ini terdiri dari 5 (lima) bab, yang mana setiap babnya dari satu rangkaian pembahasan yang berhubungan satu dengan yang lainnya, sehingga membentuk suatu uraian sistematis dalam satu kesatuan. Masing-masing bab akan dibagi ke dalam sub bab dengan penyusunan sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan

Bab yang berisi uraian tentang Latar Belakang Masalah yang menceritakan fenomena yang mempengaruhi variabel X terhadap variabel Y, Identifikasi Masalah yang berisi gambaran yang dibuat pada Latar Belakang Batasan Masalah yang difokuskan pada penelitian yang seharusnya, Rumusan Masalah apa sebenarnya masalah yang akan dipecahkan setelah penelitian terhadap keputusan pembelian obat di Apotek Madina ini dilakukan, Tujuan Penelitian, dan Kegunaan Penelitian.

Bab II : Landasan Teori

Bab yang berisikan Kerangka Teori, Penelitian Terdahulu yang sudah lebih dulu melakukan penelitian, Kerangka Pikir, dan Hipotesis atau dugaan sementara terhadap penelitian.

Bab III : Metodologi Penelitian

Bab yang terdiri dari Lokasi dan Waktu Penelitian dilakukan, Jenis Penelitian yang digunakan, jumlah Populasi atau Sampel yang digunakan, Instrumen Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen, Analisis Data, Sistematika Pembahasan.

Bab IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Uraian hasil yang didapat dari pengolahan data-data yang ditemukan, ini berkaitan dengan hasil yang diperkirakan.

Bab V : Penutup

Terdiri dari Kesimpulan dan Saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Keputusan Pembelian

a. Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan merupakan permulaan dari semua kegiatan manusia yang sadar dan terarah, baik secara individu, kelompok maupun secara *institutional*. Jadi barang siapa yang menghendaki adanya kegiatan tertentu, ia harus mampu dan berani mengambil keputusan yang berhubungan dengan hal itu setepat-tepatnya. Keputusan ditujukan untuk masa yang akan datang, hasilnya akan berguna pada hari yang akan datang, sementara hari yang akan datang itu tidak menentu serta penuh dengan beraneka macam risiko.¹

Pemahaman yang paling umum, sebuah keputusan adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih. Dengan perkataan lain, pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan. Jika seseorang mempunyai pilihan antara melakukan pembelian dan tidak melakukan pembelian orang tersebut berada dalam posisi mengambil keputusan tahap-tahap dalam pengambilan keputusan:²

¹ Malayu S.P. Hasibuan, *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah* (Jakarta: Bumi Aksara 2006) hlm. 53-54.

² Leon Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT. Indeks, 2008), hlm. 485.

1) Pengenalan Masalah

Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenali masalah atau kebutuhan. Kebutuhan tersebut dapat dicetuskan oleh rangsangan internal dan eksternal. Jika kebutuhan diketahui maka konsumen akan serta memahami kebutuhanyang belumperlusegera dipenuhi atau masalah dapat ditunda pemenuhannya, serta kebutuhan yang sama-sama harus segera dipenuhi. Jadi pada tahap inilah proses pembelian itu mulai dilakukan.

2) Pencarian Informasi

Konsumen yang terangsang kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Situasi pencarian informasi dinamakan penguatan perhatian dalam hal mencari informasi dalam bahan bacaan, mengunjungi toko untuk mempelajari produk tertentu. Melalui pengumpulan informasi, konsumen tersebut mempelajari merek-merek yang bersaing beserta fitur merek tersebut.³

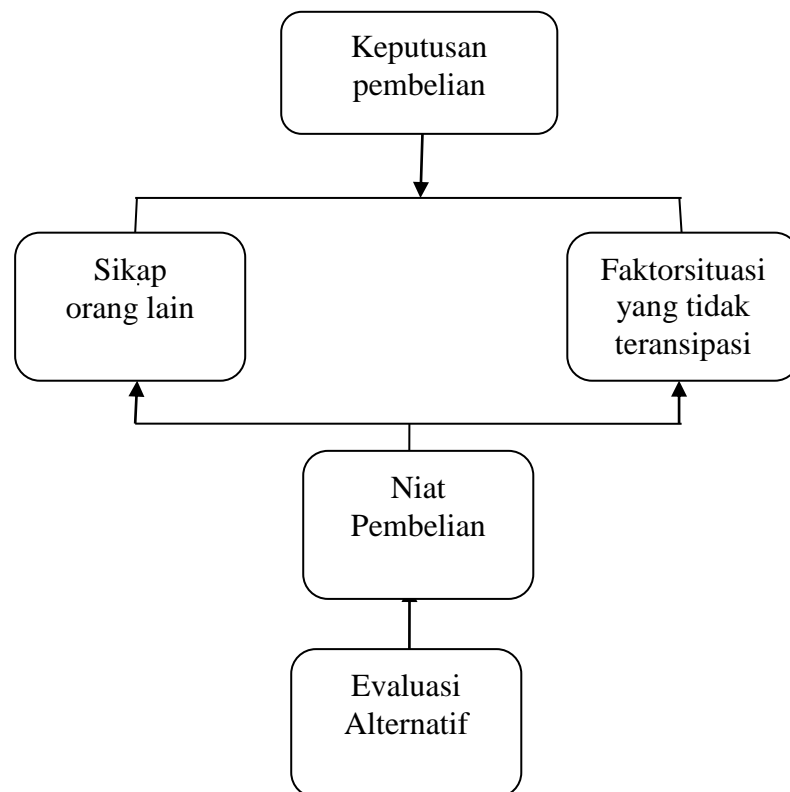
3) Evaluasi Alternatif

Bagaimana konsumen mengolah informasi merek yang bersaing dan membuat penilaian akhir. Tidak ada proses evaluasi tunggal sederhana yang digunakan semua konsumen atau oleh satu konsumendalam semua situasi pembelian. Terdapat beberapa proses evaluasi keputusan, dan model- model baru yang memandang proses evaluasi konsumen sebagai proses yang berorientasi.

³Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ke-11 Jilid 1, alih bahasa oleh Benyamin Molan, (Jakarta: PT. indeks, 2005), hlm. 224-228.

Model tersebut menganggap konsumen membentuk penilaian atas produk dengan sangat sadar dan rasional. Konsep dasar untuk memahami proses evaluasi konsumen, konsumen berusaha memenuhi kebutuhan, konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk. Tahapan untuk mencapai keputusan membeli dilakukan oleh konsumen melalui beberapa tahapan, meliputi:⁴ Keputusan pembelian, sikap orang lain, faktor situasi yang tidak teransipasi, niat pembelian dan evaluasi alternatif. Tahapan-tahapan tersebut dapat diilustrasikan dalam skema dibawah ini:

Skema 1.1
Tahap-Tahap antara Evaluasi dan Keputusan Pembelian



⁴Mahmud Machfoedz, *Pengantar Bisnis Modern* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2007), Hlm. 61-62.

Model tahapan proses membeli diatas digunakan, apabila produk yang akan dibeli oleh konsumen adalah produk baru.⁵ Dalam tahap evaluasi, para konsumen membentuk merek yang ada di dalam kumpulan pilihan. Konsumen juga dapat membentuk niat untuk membeli barang yang dibutuhkan. Dalam pembelian produk sehari-hari, keputusannya lebih kecil dan kebebasannya juga lebih kecil. Sebagai contoh, saat membeli obat, seorang konsumen tidak banyak berpikir untuk mengambil keputusan pembeliannya. Dalam beberapa kasus, konsumen bisa mengambil keputusan untuk tidak secara formal mengevaluasi setiap merek.⁶

Beberapa pembelian tidak akan meneginginkan produk tersebut, yang lainnya akan bersipat netral dan beberapa bahkan mungkin melihat cacat itu sebagai sesuatu yang meningkatkan nilai dari produk. Tindakan pembelian yaitu kepuasan dan ketidak puasan terhadap produk akan mempengaruhi perilaku konsumen selanjutnya. Jika puas, ia akan menunjukkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk kembali membeli produk tersebut.⁷

Keputusan Pembelian konsumen terhadap suatu produk pada dasarnya berkaitan dengan perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan unsur penting dalam kegiatan pemasaran suatu produk yang

⁵ Daryanto dan Ismanto Setyabudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima* (Yogyakarta: Gaya Media 2014) hlm 85.

⁶ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran edisi kedua belas jilid 1* (Indonesia: PT. Macanan Jaya Cemerlang 2007) hlm,240.

⁷ Philip Kotler, *Op. Cit.*, hlm. 226-227.

perlu diketahui oleh perusahaan, dan keputusan tidak boleh didasarkan hanya mengandalkan kebetulan (*intuitif*) karena berhubungan dengan risiko. Seseorang apabila akan membeli suatu produk, tentunya bukan merupakan suatu hal yang kebetulan. Hal ini melalui proses yang panjang dan mempunyai beberapa tahapan.

Tugas pemasaran adalah memahami apa yang terjadi dalam kesadaran pembeli mulai dari adanya rangsangan dari luar hingga munculnya keputusan pembelian, sedangkan tugas manajer adalah memahami apa yang terjadi dalam kesadaran pembelian antara datangnya dorongan luar dan keputusan pembelian.⁸

Menurut *the American Marketing Association*, pemasaran adalah sebagai proses perencanaan dan pelaksanaan rencana penetapan harga, promosi, dan distribusi dari ide-ide, barang-barang, dan jasa-jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan-tujuan individual dan organisasional.⁹

Menurut Ujang Sumarwan, pemasaran adalah suatu proses bagaimana mengidentifikasi kebutuhan konsumen kemudian memproduksi barang atau jasa yang dibutuhkan konsumen tersebut dan meyakinkan konsumen bahwa mereka membutuhkan barang atau jasa tersebut, sehingga terjadi transaksi atau pertukaran antara produsen dengan konsumen.¹⁰

Schiffman dan Kanuk dalam buku Etta Mamang Sangadji dan Sopiah mendefinisikan perilaku konsumen sebagai, “perilaku yang diperlihatkan konsumen untuk mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka”.

⁸Nur Asnawi dan Masyhuri, *Manajemen Pemasaran* (UIN-Maliki Press 2011) hlm 3.

⁹ Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis* (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), hlm. 215.

¹⁰Ujang Sumarwan, *Op. Cit.*, hlm. 17.

Jika seseorang mempunyai pilihan antara melakukan pembelian dan tidak melakukan pembelian, pilihan antara merek A dan merek B maka orang tersebut berada dalam posisi untuk mengambil keputusan sebaliknya, jika konsumen tersebut tidak mempunyai alternatif untuk memilih dan benar-benar terpaksa melakukan pembelian tertentu atau mengambil tindakan tertentu, maka keadaan satu-satunya “tanpa pilihan lain” ini bukanlah suatu keputusan. Akan tetapi keputusan tersebut suatu keadaan tanpa pilihan biasanya disebut “pilihan hobson”. Maka dapat disimpulkan bahwa pengambilan keputusan merupakan proses pemilihan alternatif terbaik dari beberapa alternatif secara sistematis untuk di tindaklanjuti (digunakan) sebagai suatu cara pemecahan masalah.¹¹

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu:

1) Peran dalam pembelian

Ada empat peran yang dimainkan orang dalam suatu keputusan pembelian yaitu:¹²

a) Pengambil inisiatif (*initiator*), yaitu seseorang yang pandangannya atau sarannya diperhitungkan dalam pengambilan keputusan.

b) Orang yang mempengaruhi (*influencer*), yaitu seseorang yang memutuskan sebagian besar keputusan membeli, seperti: apakah jadi membeli, apa yang dibeli, bagaimana membelinya, atau dimana membelinya.

¹¹Nugroho J. Setiadi, *Business Economics And Managerial Decision Making: Aplikasi Teori Ekonomi dan Pengambilan Keputusan Manajerial Dalam Dunia Bisnis* (Jakarta: Kencana, 2008), hlm. 17.

¹²Pandji Anoraga, *Op. Cit.*, hlm. 229.

- c) Pembeli, yaitu seseorang yang melakukan pembelian yang sebenarnya.
- d) Pemakai, yaitu seseorang yang mengkonsumsi atau menggunakan barang atau jasa yang dibeli.

2) Faktor Pribadi

Faktor pribadi merupakan faktor yang unik bagi seseorang, berbagai faktor pribadi dapat memengaruhi keputusan pembelian. Faktor pribadi digolongkan menjadi tiga yaitu:

a) Faktor Demografi

Faktor demografi berkaitan dengan siapa yang terlibat dalam pengambilan keputusan. Faktor ini meliputi ciri-ciri individual seperti jenis kelamin, usia, ras, suku bangsa, pendapatan, siklus, kehidupan keluarga dan pekerjaan.¹³

3) Faktor Psikologis

Faktor psikologis yang ada pada diri seseorang sebagian menetapkan perilaku orang tersebut sehingga memengaruhi perilakunya sebagai konsumen. Faktor-faktor psikologis meliputi:

a) Persepsi

Persepsi adalah proses pemilihan, pengorganisasian dan penginterpretasian masukan informasi untuk menghasilkan makna.

¹³Etta Mamang dan Sopiah, *Op. Cit.*, hlm. 335.

b) Kemampuan dan Pengetahuan

Kemampuan adalah kesanggupan dan efisiensi untuk melakukan tugas-tugas tertentu. Kemampuan yang diminati oleh para pembelajaran adalah kemampuan seorang individu untuk belajar di mana proses pembelajaran tersebut merupakan perubahan perilaku seseorang yang disebabkan oleh informasi dan pengalaman.

c) Kepribadian

Kepribadian adalah semua ciri internal dan perilaku yang membuat seseorang itu unik. Kepribadian seseorang berasal dari keturunan dan pengalaman pribadi.

4) Faktor Sosial

Manusia hidup di tengah-tengah masyarakat, sudah tentu manusia akan dipengaruhi oleh masyarakat di mana dia hidup. Dengan demikian, perilaku konsumen juga akan dipengaruhi oleh masyarakat atau faktor sosial yang melingkarinya. Faktor sosial tersebut meliputi:¹⁴

a) Peran Dan Pengaruh Keluarga

Dalam kaitannya dengan perilaku konsumen, keluarga mempunyai pengaruh langsung terhadap keputusan pembelian konsumen. Setiap anggota keluarga mempunyai kebutuhan, keinginan, dan selera yang berbeda-beda.

¹⁴*Ibid.*, hlm. 337.

b) Kelompok Referensi

Kelompok referensi dapat berfungsi sebagai perbandingan dan sumber informasi bagi seseorang sehingga perilaku para anggota kelompok referensi ketika membeli suatu produk bermerek tertentu akan dapat dipengaruhi oleh kelompok referensi.

d) Budaya Dan Subbudaya

Budaya memengaruhi bagaimana seseorang membeli dan menggunakan produk, serta kepuasan konsumen terhadap produk tersebut sebab budaya juga menentukan produk-produk yang dibeli dan digunakan.

c. Indikator Keputusan Pembelian

a) Keputusan Merek

Keputusan merek adalah nama, istilah, tanda, symbol, yang dimaksudkan sebagai pengenal barang atau jasa dari penjual dan sebagai pembeda dengan pesaing.

Terdapat tiga kondisi pendukung penetapan membuat keputusan merek atau tanda merek yaitu:

1. Produk akan mudah dikenali jika menggunakan merek atau tanda merek
2. Produk dipersepsikan mempunyai nilai tertinggi untuk harganya
3. Kualitas dan standar mudah dipertahankan.

b) Keputusan Kualitas

Keputusan kualitas merupakan mutu dari pekerjaan atau hasil yang telah dicapai dengan proses yang dilakukan.

c) Keputusan Pembelian

Keputusan Pembelian adalah hasil dari proses keterlibatan yang tinggi, pembelian meliputi keputusan konsumen mengenai apa yang dibeli, apakah membeli atau tidak, kapan membeli, dimana membeli, dan bagaimana cara membayarnya. Termasuk di dalamnya adalah toko dimana dia akan membelinya serta cara pembayaran yang akan dibelinya.¹⁵

Setiap orang mukmin berusaha mencari kenikmatan dengan cara mematuhi perintah-perintahnya dan memuaskan dirinya sendiri dengan barang-barang dan anugerah-anugerah yang diciptakan Allah untuk umat manusia demi kemaslahatan umat.¹⁶ Konsumsi berlebih-lebihan merupakan *israf* (pemborosan) atau *tabzir* (menghambur-hamburkan harta tanpa guna). *Tabzir* berarti mempergunakan harta dengan cara yang salah, yakni menuju tujuan yang terlarang seperti penyuapan. Pemborosan berarti penggunaan harta secara berlebih-lebihan untuk hal-hal yang melarang hukum seperti makanan, pakaian, tempat tinggal dan sebagainya. Ajaran-ajaran Islam menganjurkan pola konsumsi dan penggunaan harta secara wajar dan berimbang, yakni pola terletak di

¹⁵ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (Bogor: Ghalia Indonesia 2011) hlm. 175.

¹⁶ Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam* (Solo: PT. Era Adicitra Intermedia, 2011), hlm. 140.

antara kekikiran dan pemborosan. Konsumsi diatas dan melampaui tingkat wajar dianggap *israf* dan tidak disenangi Islam.

Sesuai dengan firman Allah SWT dalam surah Al-A'raaf ayat 31:

﴿ يَبْنِيْ اٰدَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا
وَأَشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوْا ۚ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ ﴾

Artinya: *Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) mesjid, Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.*¹⁷

Ayat diatas menjelaskan bahwa mengingatkan kepada kita agar tidak berperilaku konsumtif apalagi berperilaku boros, berlebih-lebihan dan janganlah melampaui batas yang dibutuhkan oleh tubuh dan jangan pula melampaui batas-batas makanan yang dihalalkan.¹⁸ Salah satu ciri penting dalam Islam adalah tidak hanya mengubah nilai-nilai dan kebiasaan-kebiasaan masyarakat, tetapi juga menyajikan kerangka legislatif yang perlu untuk mendukung dan memperkuat tujuan dan memperkuat penyalahgunaannya. Ciri khas dalam Islam juga memiliki daya aplikatifnya terhadap orang yang terlibat dalam pemborosan dan *tabzir*. Dalam buku fikih Islam, orang yang melakukan pemborosan atau *tabzir* seharusnya dikenai pembatas-pembatasan dan bila di anggap perlu, dilepaskan dan dibebaskan dari tugas pengurus harta miliknya sendiri.

¹⁷Departemen Agama RI, *AL-Quran dan terjemahannya* (Bogor: Sy9ma, 2007), hlm. 154.

¹⁸Mardani, *Op. Cit.*, hlm. 92.

Dalam pandangan syariah seharusnya diperlukan sebagai orang tidak mampu dan orang lain seharusnya ditugaskan untuk mengurus hartanya selaku wakilnya.

Etika Islam dalam hal konsumsi adalah sebagai berikut:¹⁹

a) Tauhid (*Unilty atau Kesatuan*)

Dalam perspektif Islam, kegiatan konsumsi dilakukan dalam rangka beribadah kepada Allah SWT. Sehingga senantiasa berada dalam hukum-hukum syariah. Karena itu, orang mukmin berusaha mencari kenikmatan dengan menaati perintah-perintahnya.

b) Adil (*Equilibrium atau Keadilan*)

Pemanfaatan atas karunia Allah SWT harus dilakukan secara adil sesuai dengan syariah, sehingga disamping mendapatkan keuntungan material, kita juga merasakan kepuasan spiritual. Al-Quran secara tegas menekankan norma perilaku ini baik untuk hal-hal yang bersifat duniawi, namun juga untuk kepentingan di jalan Allah.

c) *Free Will* (*Kehendak Bebas*)

Alam semesta adalah milik Allah yang memiliki kemahakuasaan sepenuhnya dan kesempurnaan atas makhluk-makhluknya. Manusia diberi kekuasaan untuk mengambil keuntungan dan manfaat sebanyak-banyaknya sesuai dengan kemampuannya atas barang-barang ciptaan Allah Swt atas segala karunia yang diberikan oleh Allah, manusia dapat berkehendak bebas, namun kebebasan ini tidaklah berarti bahwa manusia

¹⁹Nur Rianto Al-Arif, *Op. Cit.*, hlm. 141.

terlepas dari *qadha* dan *qadar* yang merupakan hukum sebab akibat yang didasarkan pada pengetahuan dan kehendak Allah. Sehingga kebebasan dalam melakukan aktivitas haruslah tetap memiliki batasan agar jangan sampai menzalimi pihak lain.

d) Amanah (*Responsibility* atau Pertanggung Jawaban)

Manusia adalah khalifah atau pengembal amanat Allah. Manusia diberi kekuasaan untuk melaksanakan tugas kekhilafan dan untuk mengambil keuntungan dan manfaat sebanyak-banyaknya atas ciptaan Allah. Dalam hal melakukan konsumsi, manusia dapat berkehendak bebas, tetapi akan mempertanggungjawabkan atas kebebasan tersebut baik terhadap keseimbangan alam, masyarakat, diri sendiri maupun di akhirat kelak, pertanggungjawaban sebagai seorang muslim bukan hanya kepada Allah SWT, namun juga kepada lingkungan.

e) Halal

Dalam hukum Islam, barang-barang yang dapat dikonsumsi hanyalah barang-barang yang menunjukkan nilai-nilai kebaikan, kesucian, keindahan serta akan menimbulkan kemaslahatan untuk umat baik secara material maupun spiritual.

f) Sederhana

Islam sangat melarang perbuatan yang melampaui batas, termasuk pemborosan dan berlebih-lebihan, yaitu membuang-buang harta dan menghambur-hamburkannya tanpa faedah serta manfaat dan hanya

memperturutkan nafsu semata. Allah sangat mengecam setiap perbuatan yang melampaui batas.

Kriteria etika konsumsi dalam perspektif Islam di jelaskan bahwa konsumen hendaklah mengambil keputusan yang baik dalam memilih berbagai produk yang sesuai dengan aturan-aturan syariat Islam dan menjauhi segala larangan yang telah ditetapkan. Dalam mengambil keputusan pembelian juga, konsumen harus mempertimbangkan segala kriteria konsumsi untuk mengambil keputusan yang hendak dilaksanakan.

2) Pelayanan

a. Pengertian Pelayanan

Pelayanan adalah suatu aktifitas atau serangkaian aktifitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan. Kegiatan pelayanan untuk memberikan nilai tambah agar dapat memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, dengan demikian maka harapan pelanggan terhadap pelayanan itu makin lama makin baik.

Berdasarkan dengan pelayanan, ada dua istilah yang perlu diketahui, yaitu melayani dan pelayanan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pengertian melayani adalah membantu menyiapkan apa yang diperlukan seseorang. Sedangkan pengertian pelayanan adalah usaha melayani

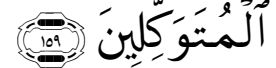
kebutuhan orang lain. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak terwujud dan tidak dapat dimiliki.

Adapun karakteristik tentang pelayanan agar menjadi dasar bagaimana memberikan pelayanan yang terbaik, yaitu:

- 1) Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
- 2) Pelayanan itu kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang sifatnya adalah tindakan sosial.
- 3) Produk dan konsumsi dari pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya kejadiannya bersamaan dan terjadi di tempat yang sama.²⁰

Dalam Islam melalui Al-Qur'an surah Al-Imran ayat 159 telah memberikan pedoman kepada pelaku usaha agar berlemah lembut kepada konsumen atau pelanggan, yang dijelaskan berikut ini:

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ^ط وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ
لَأَنْفَضُوا مِنْ حَوْلِكَ^ط فَاعْفُ عَنْهُمْ^ط وَأَسْتَغْفِرْ لَهُمْ^ط وَشَاوِرْهُمْ
فِي الْأَمْرِ^ط فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ^ج إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ
الْمُتَوَكِّلِينَ



²⁰ Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi III* (Jakarta: Pusat Bahasa 2008) hlm, 71.

Artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.²¹

Berdasarkan ayat di atas, dijelaskan bahwa setiap manusia untuk bersikap lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan bila berada disampingnya. Apabila dalam pelayanannya konsumen banyak pilihan, bila pelaku bisnis tidak mampu memberikan rasa aman dengan kelemahan lembutannya maka konsumen akan berpindah keperusahaan lain. Pelaku bisnis dalam memberikan pelayanan harus menghilangkan sikap keras hati dan harus memiliki sikap pemaaf dan sabar menghadapi konsumen, agar terhindar dari rasa takut, tidak percaya, dan perasaan adanya bahaya dari pelayanan yang diterima.²²

Cara pelayanan dengan baik terhadap konsumen dapat dilakukan sebagai berikut:

- 1) Dengarkan dan perhatikan pelanggan
- 2) Melayani pelanggan dengan ramah, tepat, dan cepat
- 3) Menciptakan suasana agar konsumen merasa dipentingkan
- 4) Menempatkan konsumen sebagai mitra usaha
- 5) Tetapkan pelayanan yang terbaik.²³

²¹ Departemen Agama RI, *Op, Cit.*, hlm. 99.

²² Suryana, *Kewirausahaan* (Jakarta: Salemba Empat 2013) hlm,205.

²³ Daryanto & Ismanto Setyabudi, *Op. Cit.*, hlm. 85.

Sikap melayani dengan baik merupakan merupakan sikap utama dari seorang pemasar. Sikap yang melekat dalam melayani adalah sikap sopan, santun, dan rendah hati. Orang yang beriman diperintahkan untuk bermurah hati, sopan dan bersahabat saat berelasi dengan mitra bisnisnya. Di dalam Al-Qur'an diperintahkan agar kaum muslimin bersikap lembut dan sopan santun ketika berbicara dan melayani pelanggan.

Allah berfirman dalam surat Al-baqarah ayat 83:

وَإِذْ أَخَذْنَا مِيثَاقَ بَنِي إِسْرَائِيلَ لَا تَعْبُدُونَ إِلَّا اللَّهَ
وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ
وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ ثُمَّ
تَوَلَّيْتُمْ إِلَّا قَلِيلًا مِّنْكُمْ وَأَنتُمْ مُّعْرِضُونَ

Artinya: “Dan (ingatlah), ketika Kami mengambil janji dari Bani Israil (yaitu): janganlah kamu menyembah selain Allah, dan berbuat kebaikanlah kepada ibu bapa, kaum kerabat, anak-anak yatim, dan orang-orang miskin, serta ucapkanlah kata-kata yang baik kepada manusia, dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat. kemudian kamu tidak memenuhi janji itu, kecuali sebahagian kecil daripada kamu, dan kamu selalu berpaling”.²⁴

Kata *وقولوا للناس حسنا* pada ayat ini Allah memerintahkan mereka agar berbuat baik terhadap orang-orang tertentu yaitu kedua orang tua, kaum kerabat, anak-anak yatim dan orang-orang miskin. Sebab mustahil seseorang bisa berbuat baik kepada semua orang. Oleh karena itu secara

²⁴Departemen Agama RI, *Op. Cit.*, hlm.. 12.

umum Allah memerintahkan mereka agar bergaul dengan baik dan melaksanakan amar ma'ruf nahi mungkar kepada orang-orang yang tidak termasuk dalam golongan yang disebutkan dalam ayat di atas, dengan perlakuan yang baik dan bisa mendatangkan manfaat bagi kehidupan agama dan dunia.²⁵

Pelayanan dikatakan baik apabila penyedia jasa memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen. Demikian juga sebaliknya kualitas pelayanan dikatakan jelek, apabila konsumen memperoleh pelayanan yang lebih rendah dari harapan mereka.

b. Indikator pelayanan

a) Keandalan (*Reliability*)

Keandalan (*Reliability*) adalah kemampuan untuk diandalkan dalam menunjukkan layanan yang dijanjikan dengan tanggung jawab dan akurat kepada konsumennya. *Reliability* berarti perusahaan menepati apa yang dijanjikan, baik mengenai pengantaran dan pemecahan masalah. Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Reliabilitas, meliputi dua aspek utama yaitu, konsistensi kinerja (*performance*) dan sifat dapat dipercaya (*dependability*). Hal ini berarti perusahaan mampu menyampaikan jasanya secara benar sejak awal (*right from the first time*), memenuhi janjinya secara akurat dan andal (misalnya, menyampaikan jasa sesuai dengan janji yang disepakati),

²⁵Ahmad Musthafa Al-Maraghiy, *Terjemah Tafsir Al-Maragi Juz 1,2 dan 3* (CV. Toha Putra: Semarang, 1989), hlm. 285.

menyampaikan data (*record*) secara tepat, dan mengirimkan tagihan yang akurat.

b) Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap merupakan kesadaran atau keinginan untuk cepat bertindak membantu tamu dan memberikan layanan yang tepat waktu. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu kesediaan dan kesiapan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan menyampaikan jasa secara cepat. Misalnya, kecepatan waktu pelayanan, kecepatan menanggapi kembali keluhan konsumen, dan penyampaian layanan secara cepat.

Dimensi ini menegaskan perhatian dan kecepatan waktu dalam hubungannya dengan permintaan konsumen, pertanyaan, komplain, dan masalah yang terjadi. Keinginan karyawan membantu konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap, cepat serta memuaskan.

c) Jaminan (*Assurance*)

Jaminan (*Assurance*) yaitu perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah konsumen.

Dimensi ini mungkin menjadi bagian penting dari layanan dimana konsumen merasa aman dan terjamin, bahwa pelanggan akan dilayani oleh karyawan yang memiliki kemampuan dan pengetahuan yang baik tentang

produk atau jasa yang dijual oleh produsen. Mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki karyawan, bebas dari bahaya, risiko dan keragu-raguan.

d) Empati (*Empathy*)

Empati (*empathy*) berarti perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan konsumen, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman. Kemampuan untuk mengerti keinginan konsumen, serta memperhatikan emosi atau perasaan pelanggan dan juga tersedianya perhatian untuk para pelanggan. Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan konsumen.

e) Bukti Langsung (*Tangibles*)

Bukti langsung (*tangibles*) adalah faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dari segi visual (berhubungan dengan lingkungan fisik). Bukti langsung (*Tangibles*) yang baik akan mempengaruhi persepsi pelanggan. Pada saat yang bersamaan aspek *tangible* ini juga merupakan salah satu sumber yang mempengaruhi harapan pelanggan.

f) Sikap (*Attitude*)

Sikap (*Attitude*) adalah perilaku yang harus ditunjukkan ketika menghadapi konsumen, yang meliputi penampilan yang sopan dan serasi, berpikir positif, sehat dan logis dan bersikap menghargai.

3) Lokasi

a. Pengertian Lokasi

Lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan. Komponen yang menyangkut lokasi meliputi: pemilihan lokasi yang strategis di daerah sekitar pusat perbelanjaan, dekat pemukiman penduduk, aman, dan nyaman bagi pelanggan, adanya fasilitas yang mendukung seperti adanya lahan parkir, serta faktor-faktor yang lainnya.

Lokasi merupakan faktor yang sangat penting dalam bauran pemasaran. Karena pada lokasi yang tepat, sebuah perusahaan akan lebih sukses dibanding perusahaan lainnya yang berlokasi kurang strategis, meskipun menjual produk yang sama. *Layout* merupakan suatu proses dalam penentuan bentuk penempatan fasilitas yang dapat menentukan efisiensi produk. *Layout* juga berhubungan dengan produk, proses, sumber daya manusia, dan lokasi.²⁶

Dalam memilih lokasi untuk menjalankan suatu usaha, para pelaku usaha perlu mempertimbangkan beberapa faktor, diantaranya :

- 1) Akses yaitu kemudahan untuk menjangkau.
- 2) Visibilitas yaitu kemudahan untuk dilihat.
- 3) Lalu lintas, ada dua hal yang perlu diperhatikan yaitu banyaknya orang yang bisa memberikan peluang yang besar terjadinya *impuls buying* dan kepadatan serta kemacetan bisa menjadi hambatan

²⁶Kasmir dan Jakfar, *Study Kelayakan Bisnis edisi Revisi* (Jakarta: Kencana 2012) hlm, 157.

- 4) Tempat parkir yang luas dan aman.
- 5) Ekspansi yaitu tersedia tempat yang luas untuk perluasan di kemudian hari.²⁷

Penentuan lokasi sangat penting karena apabila perusahaan salah dalam menentukan lokasi yang dipilih akan mengakibatkan terjadinya peningkatan biaya yang harus dikeluarkan. Dan penentuan lokasi yang tepat akan memberikan keuntungan bagi perusahaan, baik dari sisi pelayanan kepada konsumennya untuk memilih lokasi tergantung dari jenis usaha yang dijalankan. Apotek Madina beralamat di JL.Willem Iskandar Pasar Lama Panyabungan lokasinya sangat strategis terletak di daerah perkotaan.²⁸

Ada dua Faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi yaitu sebagai berikut:

1. Faktor primer yaitu faktor yang harus dipenuhi, bila tidak maka operasi tidak dapat berjalan sebagaimana mestinya.
2. Faktor sekunder yaitu faktor yang sebaiknya ada, bila tidak operasi masih dapat diatasi dengan biaya lebih mahal.

b. Faktor- faktor yang mempengaruhi lokasi

a) *Geografi* (Sudah dikenal)

Geografi (Sudah dikenal) adalah yang mempelajari tentang lokasi serta persamaan dan perbedaan tempat yang ditentukan, atau erat kaitannya dengan faktor lokasi.

56. ²⁷ Kasmir dan Jakfar, *Study Kelayakan Bisnis edisi Kedua* (Jakarta: Kencana 2010) hlm,

²⁸ Agus Sucipto, Op. Cit., hlm, 89.

b) Tempat Usaha

Tempat usaha adalah tempat untuk melakukan usaha yang memperhatikan pemilik usaha dan konsumennya. Hal-hal yang harus diperhatikan dalam memilih tempat usaha adalah: Letaknya strategis, tempatnya sejuk, nyaman, dan terjaga kebersihannya, fasilitas parkir yang luas.

c) Kualitas Usaha

Kualitas usaha merupakan suatu usaha atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

d) Letak konsumen atau pasar

Letak konsumen atau pasar yaitu penempatan toko dekat dengan daerah konsumen, alasan yang mendasari pemilihan lokasi dekat dengan konsumen adalah adanya kemudahan untuk mengetahui perubahan selera konsumen untuk membeli.

e) Sumber tenaga kerja

Sumber tenaga kerja alternatif yang dipakai adalah apakah tenaga kerja yang dibutuhkan unskill, dengan pertimbangan tingkat upah rendah.

f) Lingkungan, masyarakat dan sikap

Lingkungan, masyarakat dan sikap yang muncul apabila didirikan toko obat di dekat tempat tinggal mereka, apakah menerima atau tidak, pentingnya pemilihan lokasi adalah untuk menentukan keberhasilan

perusahaan hubungannya dengan biaya operasi, harga jual, serta kemampuan perusahaan untuk bersaing di pasar.²⁹

B. Penelitian Terdahulu

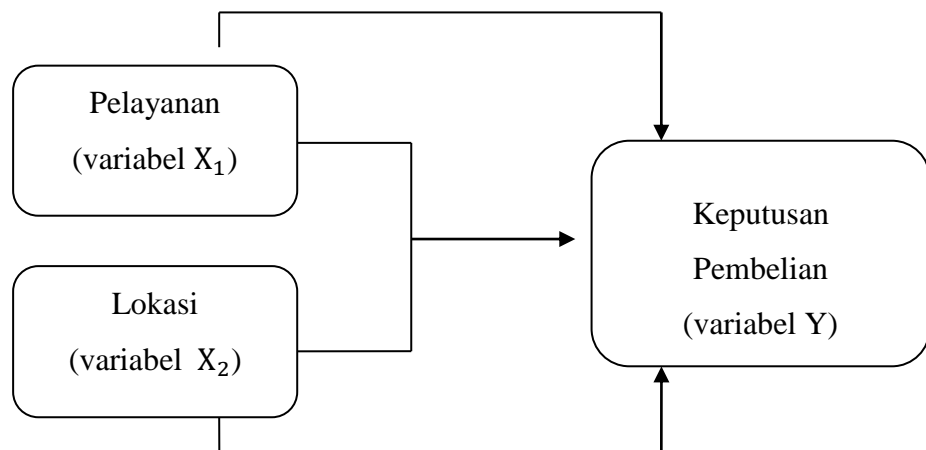
Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan.

²⁹ Hindrayani, *Manajemen Operasional* (Yogyakarta: Pohon Cahaya 2010) hlm, 20.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan konseptual mengenai bagaimana satu teori berhubungan diantara berbagai faktor yang telah diidentifikasi penting terhadap masalah penelitian. Kerangka berpikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antara variabel yang akan diteliti. Jadi secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antara variabel independen dan dependen.

Skema II.2
Kerangka Pikir



Dari skema di atas digambarkan bagaimana pengaruh variabel X terhadap variabel Y, yang mana variabel Y peneliti adalah keputusan pembelian sedangkan variabel X₁ yaitu pelayanan dan X₂ yaitu lokasi. Pada gambar skema tersebut juga menyampaikan bagaimana hubungan parsial antara variabel X dan variabel Y, dan hubungan simultan yang menggambarkan hubungan keseluruhan variabel. Yaitu bagaimana keduanya saling berhubungan atau mempengaruhi satu sama lainnya.

D. Hipotesis

Hipotesis adalah suatu pernyataan mengenai nilai suatu parameter populasi yang dikembangkan untuk maksud pengujian.³⁰ Hipotesis merupakan kesimpulan sementara yang harus dibuktikan kebenarannya, hasil pembuktian bisa salah bisa juga benar.³¹ Salah atau benar bukan menjadi suatu persoalan yang mendasar tetapi yang paling penting adalah alasan dari pembuktian tersebut, mengapa benar atau mengapa salah. Yang penting peneliti bisa menjelaskan atau menjawab pertanyaan mengapa. Pada umumnya hipotesis dikenal dengan dua jenis rumusan.

a. Hipotesis Nol

Hipotesis nol adalah hipotesis yang memprediksi bahwa tidak mempunyai efek pada variabel terikat dalam populasi. Hipotesis nol juga memprediksi tidak ada perbedaan antara suatu kondisi dengan kondisi lainnya. Dalam notasi hipotesis ini ditulis dengan " H_0 ".

b. Hipotesis Alternatif

Hipotesis alternatif memprediksi bahwa variabel bebas mempunyai efek pada variabel terikat dalam populasi. Hipotesis alternatif juga memprediksi adanya perbedaan antara suatu kondisi dengan kondisi lainnya. Dalam notasi ditulis " H_1 ". Jadi hipotesis pada penelitian ini adalah terdapat pengaruh pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian obat di Apotek Madina Panyabungan atau tidak terdapat pengaruh pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian obat di Apotek Madina Panyabungan.

³⁰Ellen Gunawan Sitompul, *Teknik Statistika Untuk Bisnis & Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 1996), hlm. 371.

³¹Nur Asnawi, *Manajemen Pemasaran*, (Malang: UIN-Maliki Press, 2011), hlm. 114.

H_{a1}: Ada pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian obat di Apotek Madina Panyabungan.

H₀₁: Tidak ada pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian obat di Apotek Madina Panyabungan.

H_{a2}: Ada pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian obat di Apotek Madina Panyabungan.

H₀₂: Tidak ada pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian obat di Apotek Madina Panyabungan.

H_{a3}: Ada pengaruh pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian obat di Apotek Madina Panyabungan secara simultan.

H₀₃: Tidak ada pengaruh pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian obat di Apotek Madina Panyabungan secara simultan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti memilih lokasi di Apotek Madina Panyabungan yang beralamat di Jl. Willem Iskandar Pasar Lama, kontak yang bisa dihubungi dengan Nomor HP. 0813 6173 9235 atas nama Dodi Martua S.Pdi sebagai pemilik Apotek Madina Panyabungan. Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Januari sampai dengan bulan Juni 2017.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang merupakan metode untuk mengkaji teori-teori tertentu dengan cara meneliti pengaruh antara variabel. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang mementingkan kedalaman data, penelitian kuantitatif tidak terlalu menitikberatkan pada kedalaman data, yang penting dapat merekam data sebanyak-banyaknya dari populasi yang luas.

Pendekatan penelitian kuantitatif adalah penelitian yang identik dengan pendekatan deduktif, yaitu berangkat dari persoalan umum (teori) ke hal khusus sehingga penelitian ini harus ada landasan teorinya.¹ Walaupun populasi penelitian besar, tetapi dengan mudah dapat dianalisis, baik melalui rumus-rumus statistik maupun komputer. Jadi pemecahan masalahnya didominasi oleh peran statistik.

¹Nur Asnawi, *Op. Cit.*, hlm. 20

Penelitian kuantitatif digunakan peneliti untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan. Jenis penelitian kuantitatif ini juga menggunakan data berupa angka dan datanya berwujud bilangan (nilai atau skor, peringkat atau frekuensi), yang dianalisis dengan menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan.

C. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian yang merupakan semua objek yang akan diteliti.² Populasi berasal dari kata Bahasa Inggris *population* yang berarti jumlah penduduk.³ Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berkunjung dan melakukan transaksi pembelian di Apotek Madina Panyabungan pada bulan januari sampai bulan juni tahun 2016 yaitu:

Tabel III.1
Pembeli yang datang pada bulan januari sampai
bulan juli tahun 2016

Bulan	Pembeli	Total
Januari	980	5.852 Pembeli
Februari	1.372	
Maret	700	
April	840	
Mei	1.148	
Juni	812	

Sumber: Pemilik Apotek Madina Panyabungan Dodi Martua S.Pdi

²Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm.173.

³M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 99.

b. Sampel

Menurut Suharsimi Arikunto “sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Jika hanya akan meneliti bagian dari populasi maka penelitian disebut penelitian sampel”.⁴ Sebagian dari populasi yang diteliti merupakan sampel dan untuk pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus *slovin* sebagai berikut:

$$S = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana: S = Sampel Penelitian

1 = Ketentuan Formula Slovin

Ne = Taraf Signifikansi

Jadi pengambilan sampel dapat dilihat pada perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} S &= \frac{5852}{1 + 5852(0,1)^2} \\ &= \frac{5852}{1 + 5852(0,01)} \\ &= \frac{5852}{59.52} \\ &= 98.31 \implies 99 \text{ Responden} \end{aligned}$$

Sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat yang datang dan melakukan transaksi pembelian di Apotek Madina Panyabungan pada bulan Januari sampai dengan bulan Juni, yaitu sejumlah 99 responden.

⁴ Suharsimi Arikunto, Op.Cit., hlm. 174.

D. Sumber Data

Sumber data yang digunakan adalah data primer. Data primer adalah data yang diambil dari lapangan yang diperoleh melalui pengamatan, wawancara dan kuesioner. Data yang diambil tergantung dari variabel yang diteliti, misalnya variabel umur, pendidikan, pekerjaan, dan lainnya yang disebut dengan data demografi atau sosial ekonomi.⁵

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Karena data primer dikumpulkan oleh peneliti, maka diperlukan sumberdaya yang cukup memadai, seperti biaya, waktu, tenaga, dan sebagainya.⁶ Data primer biasanya diperoleh dengan wawancara langsung kepada objek atau dengan pengisian kuesioner (daftar pertanyaan) yang dijawab oleh objek penelitian.

Data primer dalam pemasaran mempunyai beberapa tipe antara lain⁷:

- a. Tipe karakteristik demografi yaitu tipe yang menyangkut tentang umur, pendidikan, pekerjaan, status perkawinan, gender, penghasilan dan kelas sosial. Variabel-variabel ini dipakai untuk mengklasifikasikan jawab-jawab yang diberikan oleh responden dalam memberikan tanggapan terhadap persoalan yang ditanyakan baik melalui kuesioner maupun wawancara.
- b. Tipe karakteristik psikografi yaitu tipe gaya hidup meliputi kepribadian, kegiatan seseorang, minat, dan nilai-nilai yang dianut (agama).

⁵Sakti Silaen, *Statistik Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 153.

⁶Indriantoro, *Op. Cit.*, hlm. 146.

⁷Jonathan Sarwono, *Riset Pemasaran dengan SPSS* (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), hlm. 38.

- c. Tipe karakteristik sikap dan opini yaitu yang berkaitan dengan rasa lebih suka atau tidak suka, pandangan atau perasaan terhadap gejala tertentu.
- d. Tipe karakteristik kesadaran atau pengetahuan menyangkut apa yang diketahui atau tidak diketahui oleh konsumen mengenai objek tertentu.
- e. Tipe karakteristik ‘maksud’ yang berkaitan dengan perilaku yang direncanakan akan dilakukan di masa yang akan datang oleh seseorang individu.
- f. Tipe karakteristik motivasi, menunjukkan pada dua pengertian yaitu ‘motif’ dan ‘dorongan’.
- g. Tipe karakteristik perilaku berhubungan dengan apa yang sudah dan sedang dilakukan oleh konsumen.

Data sekunder merupakan data yang diterbitkan atau digunakan pihak lain.⁸ Data sekunder merupakan data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh instansi atau pihak lain), karena data ini sudah tersedia, seperti di Badan Pusat Statistik (BPS), Dinas Perindustrian/Perdagangan, dan instansi lainnya yang terkait dengan topik penelitian.

E. Instrumen Pengumpulan Data

Menurut Suharsimi Arikunto “Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat,

⁸Suharyadi, *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern* (Jakarta: PT. Salemba Empat, 2007), hlm. 14.

lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah”.⁹ Berbicara tentang instrument pengumpulan data berarti berbicara tentang bagaimana penulis memperoleh data yang akan diteliti yaitu:

a. Angket atau Kuesioner

Menurut Huseini Usman dan Purnomo Setiadi Akbar “Angket ialah daftar pertanyaan atau pernyataan yang dikirim kepada responden, baik secara langsung atau tidak langsung (melalui pos atau perantara).”¹⁰ Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.¹¹

Adapun alasan peneliti memilih instrument data yang menggunakan metode angket atau kuesioner, karena peneliti ingin mengetahui seberapa banyak responden yang beralasan bahwa yang mempengaruhi keputusan pembelian obat tersebut adalah faktor pelayanan dan lokasinya dengan menggunakan skala pengukuran data ordinal. Akan tetapi menurut Irtijato dalam metode riset manajemen pemasaran mengatakan bahwa skala ordinal hanya mengidentifikasi katagori yang menjadi urutan pertama lebih tinggi dri pada katagori yang ke dua, dan katagori yang ke dua lebih tinggi dari pada katagori yang ketiga, dan begitu seterusnya. Sedangkan untuk jawaban pertanyaan berupa peringkat angka-angka lebih dikenal dengan skala likert, yaitu dengan mengadapkan seorang responden dengan sebuah pertanyaan

⁹ Suharsimi Arikunto, Op.Cit., hlm. 203.

¹⁰ Huseini Usman dan Purnomo Setiadi Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial Edisi ke dua* (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), hlm. 44.

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: CV. Alfabeta, 2005), hlm. 135.

kemudian dimintai untuk memberikan jawaban dan selanjutnya menentukan skor atas jawaban dari responden.¹² Seperti tabel dibawah ini:

Tabel III. 2
Penetapan Skor Alternatif Atas Jawaban Responden.¹³

Alternatif jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Tabel III. 3
Indikator Keputusan Pembelian

Variabel	Indikator	Nomor Soal
Keputusan Pembelian (Variabel Y)	1. Keputusan Merek	1,2,3
	2. Keputusan Kualitas	4,5,6
	3. Keputusan Pembelian	7,8,9,10

Tabel III. 4
Indikator Pelayanan

Variabel	Indikator	Nomor Soal
Pelayanan (Variabel X ₁)	1. Keandalan (<i>Reliability</i>)	1,2,3
	2. Daya Tanggap (<i>Responsiviness</i>)	4,5,6
	3. Jaminan (<i>Assurance</i>)	7,8,9
	4. Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	10,11
	5. Kinerja Pelayanan (<i>Performance</i>)	12,13

Tabel III.5
Indikator Lokasi

Variabel	Indikator	Nomor Soal
Lokasi (Variabel X ₂)	1. <i>Geografi</i> / Sudah dikenal	1,2
	2. Tempat usaha	3,4
	3. Kualitas Usaha	5,6

¹² Nur Asnawi dan Masyhuri, *Op. Cit.*, hlm. 158.

¹³ Joko Suboy, *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004), hlm. 93.

b. Pengamatan (Observasi)

Pengamatan (Observasi) adalah pencatatan perilaku atau kejadian seperti yang disaksikan. Metode pengumpulan data dimana peneliti mencatat informasi sebagaimana yang disaksikan selama peneliti bisa dengan melihat, mendengar dan dirasakan kemudian dicatat.¹⁴

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumentasi yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumentasi yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, dan lain-lain. Dokumentasi yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film dan lain-lain.

F. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Validitas atau kesahihan adalah menunjukkan sejauh mana alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur.¹⁵ Adapun dasar pengambilan keputusan suatu item *valid* atau tidak *valid* dapat diketahui dengan cara mengkorelasikan antara skor butir dengan skor total bila korelasi r di atas 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut *valid* sebaliknya bila korelasi r di bawah 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa

¹⁴ W. Gulo, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2010), hlm. 116.

¹⁵ Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 163.

butir instrumen tersebut tidak *valid* sehingga harus diperbaiki atau dibuang.¹⁶

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula.¹⁷ Reliabilitas menunjukkan pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik.¹⁸ Apabila variabel yang diteliti mempunyai *cronbach's alpha* (α) > 60% (0,60) maka variabel tersebut dikatakan *reliable* sebaliknya *cronbach's alpha* (α) < 60% (0,60) maka variabel tersebut dikatakan tidak *reliable*.

G. Analisis Data

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah metode-metode statistik yang digunakan untuk menggambarkan data yang telah dikumpulkan.¹⁹ Statistik deskriptif bisa juga didefinisikan sebagai proses pengumpulan, penyajian dan meringkas berbagai karakteristik dari data dalam upaya untuk menggambarkan data tersebut secara memadai.²⁰

¹⁶Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2005), hlm. 115.

¹⁷Syofian, *Op.Cit.*, hlm. 17.

¹⁸Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002), hlm. 154.

¹⁹Ellen Gunawan Sitompul, *Op. Cit.*, hlm. 7.

²⁰Singgih Santoso, *Statistik Deskriptif Konsep dan Aplikasi Dengan Microsoft Excel dan SPSS* (Yogyakarta: Andi Offset, 2003), hlm. 31.

2. Uji Asumsi Dasar

Uji Asumsi Dasar dilakukan untuk mendapatkan nilai pemeriksa yang tidak bisa dan efisien dari suatu persamaan regresi linear berganda dengan metode kuadrat terkecil (*least square*), perlu dilakukan pengujian dengan jalan memenuhi persyaratan asumsi dasar yang meliputi:

a) Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal.²¹

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Jika nilai signifikansi dari hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima

b) Uji Linearitas

Pengujian linearitas dilakukan untuk mengetahui model yang dibuktikan merupakan model linear atau tidak. Uji linearitas dilakukan dengan menggunakan *curve estimate*, yaitu gambaran hubungan linear antara variabel independen dengan variabel dependen yang saling membentuk kurva linear. Kurva linear dapat terbentuk apabila setiap

²¹Singgih Santoso, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, (Jakarta: PT: Elex Media Komputindo), hlm. 212.

kenaikan skor variabel independen diikuti oleh kenaikan skor variabel dependen.

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka kedua variabel mempunyai hubungan yang linear.
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka kedua variabel tidak mempunyai hubungan yang linear.

3. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Jika terjadi korelasi maka dinamakan terdapat problem multikolinieritas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.²²

b) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas muncul apabila kesalahan atau residual dari model yang diamati tidak memiliki varians yang konstan dari satu observasi ke observasi lain, artinya setiap observasi mempunyai reliabilitas yang berbeda akibat perubahan dalam kondisi yang melatar belakangi tidak terangkum dalam spesifikasi model.²³

c) Uji Autokorelasi

Tujuan dilakukannya uji autokorelasi adalah untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linear berganda ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada variabel satu dengan kesalahan pada variabel lain. Jika

²²Nur Asnawi, *Op. Cit.*, hlm. 176.

²³Mudrajad, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2003), hlm. 96.

terjadi korelasi, maka terjadi autokorelasi. Model regresi yang baik adalah bebas dari autokorelasi.

Untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi, melalui model tabel Durbin-Watson yang dapat dilakukan melalui program SPSS, dimana secara umum dapat diambil patokan, yaitu:

- 1) Jika angka Durbin-Watson (DW) di bawah -2, berarti autokorelasi positif.
- 2) Jika angka Durbin-Watson (DW) di atas +2, berarti autokorelasi negatif.
- 3) Jika angka Durbin-Watson (DW) di antara -2 sampai dengan +2, berarti tidak ada autokorelasi.²⁴

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi adalah kelanjutan analisis setelah uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik. Analisis regresi linear berganda merupakan persamaan regresi dengan menggunakan dua atau lebih variabel independen.

Bentuk umum persamaan regresi linear berganda ini adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian obat

a = Koefisien konstanta

b₁ = Koefisien untuk variabel Pelayanan

b₂ = Koefisien untuk variabel Lokasi

X₁ = Pelayanan

X₂ = Lokasi

e = 5%

²⁴Singgih Santoso, *Op. Cit.*, hlm. 219.

5. Uji Hipotesis

a) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi R^2 pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai R berkisar antara 0 sampai 1. Jika nilai semakin mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin kuat demikian juga sebaliknya. Uji koefisien dilakukan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat.²⁵

Tabel III.6
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi
Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

b) Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik ini digunakan untuk membuktikan signifikan atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel tak bebas. Maka nilai signifikansi yang digunakan adalah 05% (0,05).

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, maka digunakan tingkat signifikan 0,05. Setelah t_{hitung} diperoleh, maka untuk menginterpretasikan hasilnya berlaku ketentuan sebagai berikut:

²⁵Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 240.

- a) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- b) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.²⁶

Dengan merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H_{01} = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap keputusan pembelian obat secara parsial.

H_{a1} = Terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap keputusan pembelian obat secara parsial.

H_{02} = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi terhadap keputusan pembelian obat secara parsial.

H_{a2} = Terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi terhadap keputusan pembelian obat secara parsial.

c) Uji Simultan (Uji F)

Uji Simultan (Uji F) digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Menentukan F_{tabel} dan F_{hitung} dengan taraf signifikan sebesar 5% (0,05). Dalam penelitian ini menunjukkan apakah variabel independen yang terdiri dari variabel pelayanan dan lokasi untuk menjelaskan variabel terikatnya, yaitu keputusan pembelian. Adapun kriteria pengujian uji F adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_a diterima. Berarti masing-masing variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

²⁶Muhammad Firdaus, *Ekonomimetrika Suatu Pendekatan Aplikatif* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004), hlm. 88.

2) Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_a ditolak. Berarti masing-masing variabel independen secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

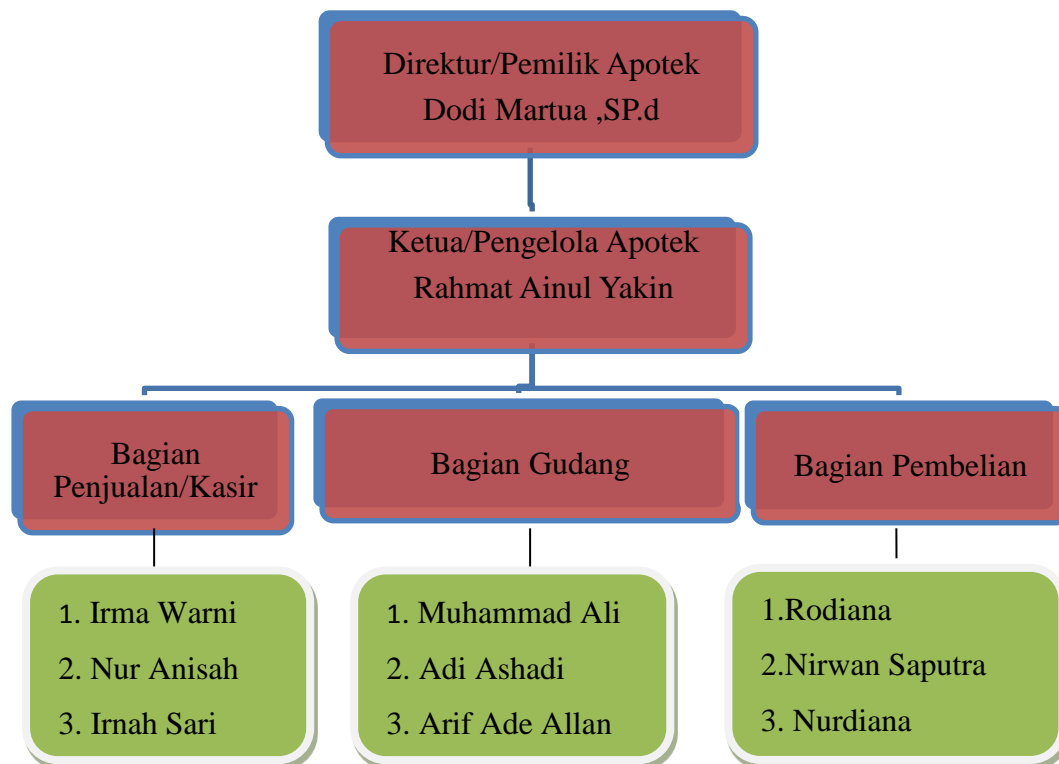
1. Sejarah Singkat Apotek Madina Panyabungan

Apotek Madina merupakan salah satu jenis toko obat yang menyediakan semua obat, Apotek Madina ini didirikan oleh bapak Alm. Ilham dan istri tercinta ibu Paridah pada tahun 2006 selaku ayah dan ibudari bapak Dodi Martua pemilik Apotek Madina yang sekarang. Pada saat itu bapak Ilham menjual obat dengan cara berkeliling menggunakan tas dari pasar Natal ke pasar Kotanopandan pasar yang lain, dikarenakan belum ada Apotek dan toko obat di daerah Panyabungan pada masa itu. Alm. bapak Ilham juga bisa meresep obat-obatan dari pengalamannya. bapak Alm. Ilham Pada tahun 2008 mendirikan Apotek yang pertama kali di Panyabungan, itulah sebabnya dinamakan dengan Apotek Madina.

Pada tahun 2009 tempat Apotek pertamakali didirikan di Optikal Jaya yang sekarang pindah ke tempat pangkas Tawakkal dan kemudian pindah ketempat Almadani karena tarif biaya tempatnya sering dinaikkan. Pada tahun 2010-2011 Apotek Madinah mempunyai tempat milik sendiri, dan Apotek Madina di lanjutkan oleh anaknya yang bernama bapak Dodi Martuabeserta istri tercinta membuat ide baru untuk mengembangkan usahanya dengan menambahkan resep dokter pada tahun 2011 Apotek Madina berkembang cukup pesat. Pada tahun 2014 ke tahun 2015 mengalami penurunan sehingga bapak Dodi Martua menambah pelanggan

membeli obat secara kredit bagi pelanggan yang membuka toko obat di rumahnya dan menambah dengan menyediakan perlengkapan bayi seperti susu, bedak dengan harga yang sudah ditentukan. Pada tahun 2016-2017 Apotek Madina berkembang dan memiliki karyawan berjumlah 10 karyawan, Apotek Madina sudah berumur sepuluh tahun. Apotek Madina buka mulai Pukul 08.00-23.00 WIB dengan jadwal yang sudah di buat oleh pihak Apotek Madina.¹

2. Struktur Organisasi Apotek Madina Panyabungan



Gambar 1V.1: Struktur Organisasi Apotek Madina Panyabungan

¹ Irma Warni, Hasil wawancara dengan karyawan Apotek Madina, yang dilakukan pada hari Minggu, 24 September 2017 pukul 16.00 WIB.

Tugas dan tanggungjawab tiap-tiap bagian di Apotek Madina Panyabungan:

1. Direktur/ Pemilik Apotek
 - a. Bertanggungjawab terhadap semua kegiatan dan mempertimbangkan semua bagian
 - b. Mengawasi dan menjamin seluruh bagian yang ada dalam Apotek
2. Ketua/ Pengelola Apotek
 - a. Mengawasi jalannya operasional apotek
 - b. Melaksanakan kegiatan-kegiatan yang bertujuan untuk perkembangan Apotek
3. Bagian Penjualan/ Kasir
 - a. Mengenal produk dan barang yang akan dijual secara baik
 - b. Melayani konsumen dengan melayani permintaan obat resep maupun *non* resep
 - c. Melayani konsumen dengan baik dan bisa membuat konsumen melakukan pembelian ulang
4. Bagian Gudang
 - a. Bagian gudang merupakan bagian dari anggota apotek yang bertanggungjawab atas segala kegiatan yang terjadi di bagian gudang
 - b. Membuat surat pemesanan obat, mendistribusikan barang ke bagian penjualan

5. Bagian Pembelian Barang

Mengetahui stok obat yang mau dibeli kapan pembeliannya dan nama-nama obat yang mau dibeli²

B. Karakteristik Data Responden

Berdasarkan data dari 99 responden yang menggunakan pelayanan dan lokasi Apotek Madina, melalui daftar pernyataan di dapat kondisi responden tentang alamat, jenis kelamin, dan pekerjaan. Penggolongan yang dilakukan terhadap responden dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara jelas mengenai gambaran responden sebagai objek penelitian. Karakteristik dari responden sebagai objek penelitian tersebut satu per satu dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh gambaran tentang Alamat dari responden yang dapat dilihat pada Tabel IV.1 sebagai berikut:

Tabel IV.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat

No.	Alamat	Jiwa
1.	Lintas Barat	15 Jiwa
2.	Jl. Bermula 7	24 Jiwa
3.	Pasar Lama	25 Jiwa
4.	Hutasiantar	17 Jiwa
5.	Aek 8	18 Jiwa
Total		99 Jiwa

Sumber: Data primer yang diolah

²Rodiana, Hasil wawancara dengan karyawan Apotek Madina, yang dilakukan pada hari Senin, 02 Oktober 2017 pukul 23.00 WIB.

Tabel IV.1 menunjukkan bahwa responden di alamat Pasar lama lebih dominan membeli obat di Apotek Madina karena pelayanan dan lokasinya dekat dengan persentase 25 jiwa, karena mereka merasa puas dengan pelayanan dan lokasi yang ada sesuai dengan kebutuhan yang mereka inginkan, selanjutnya pada alamat Jl. Bermula dengan persentase 24 jiwa, diikuti pada alamat Aek 8 dengan persentase 18 jiwa, disusul dengan alamat Hutasiantar dengan persentase 17 jiwa, kemudian alamat Hutasiantar dengan persentase 15 jiwa.

2. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang dapat dilihat pada Tabel 4.2 sebagai berikut:

Tabel IV.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jiwa
1.	Laki-laki	43 Jiwa
2.	Perempuan	56 Jiwa
Total		99 Jiwa

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel IV.2 menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin perempuan lebih banyak daripada responden dengan jenis kelamin laki-laki. Responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 56 jiwa dan responden laki-laki sebanyak 43 jiwa. Hal ini berarti bahwa perempuan lebih banyak membeli obat di Apotek Madina dengan pelayanan dan lokasinya dibanding laki-laki.

3. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yang dapat dilihat pada Tabel IV.3 sebagai berikut:

Tabel IV.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jiwa
1.	Pelajar/ Mahasiswa	15 Jiwa
2.	Pegawai/ Karyawan	17 Jiwa
3.	Wiraswasta	34 Jiwa
4.	Lain-lain	33 Jiwa
Total		99 Jiwa

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel IV.3 menunjukkan bahwa responden dengan jenis pekerjaan wiraswasta lebih dominan membeli obat di Apotek Madina karena pelayanan dan lokasinya dengan persentase 34 jiwa, selanjutnya dengan jenis lain-lain 33 jiwa, disusul dengan jenis pekerjaan pegawai/ karyawan dengan persentase 17 jiwa, dan selanjutnya pelajar/ mahasiswa dengan persentase 15 jiwa.

C. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji instrumen penelitian tentang apa yang sebenarnya diukur, sedangkan penelitian yang dapat diukur hanya padadata yang valid. Hasil angket yang telah disebarkan kepada 99 responden akan dianalisis, yang terlebih dahulu akan di uji kevalidannya terlebih dahulu agar mengungkapkan suatu yang ingin diungkap. Adapun butir soal yang ingin di uji validitas yaitu 8 item pertanyaan untuk

keputusan pembelian, 13 item soal untuk pelayanan, 6 item soal untuk lokasi. Adapun hasil dari uji validitas dari keputusan pembelian yaitu sebagai berikut:

Tabel IV.4
Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian

No.	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	0,448	Data dikatakan valid jika nilai positif dan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n = 99 - 2 = 97$ maka r_{tabel} pada taraf signifikan 5% = 0,1975	Valid
2.	0,395		Valid
3.	0,390		Valid
4.	0,633		Valid
5.	0,522		Valid
6.	0,331		Valid
7.	0,666		Valid
8.	0,823		Valid

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS 22

Dari hasil uji validitas keputusan pembelian 1 sampai 8 item pernyataan adalah valid. Dimana nilai keseluruhan $r_{hitung} > r_{tabel}$. Adapun hasil dari uji validitas pelayanan adalah sebagai berikut:

Tabel IV.5
Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan

No.	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	0,411	Data dikatakan valid jika nilai positif dan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n = 99 - 2 = 97$ maka r_{tabel} pada taraf signifikan 5% = 0,1975	Valid
2.	0,624		Valid
3.	0,420		Valid
4.	0,442		Valid
5.	0,517		Valid
6.	0,604		Valid
7.	0,439		Valid
8.	0,231		Valid
9.	0,432		Valid
10.	0,496		Valid
11.	0,504		Valid
12.	0,428		Valid
13.	0,476		Valid

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS 22

Dari hasil uji validitas pelayanan 1 sampai 13 item pernyataan adalah valid. Dimana nilai keseluruhan $r_{hitung} > r_{tabel}$. Adapun hasil dari uji validitas lokasi sebagai berikut:

Tabel IV.6
Hasil Uji Validitas Lokasi

No.	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	0,692	Data dikatakan valid jika nilai positif dan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n = 99 - 2 = 97$ maka r_{tabel} pada taraf signifikan 5% = 0,1975	Valid
2.	0,705		Valid
3.	0,809		Valid
4.	0,732		Valid
5.	0,719		Valid
6.	0,647		Valid

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS 22

Dari hasil uji validitas lokasi 1 sampai 6 item pertanyaan adalah valid. Dimana nilai keseluruhan $r_{hitung} > r_{tabel}$. Setelah diuji validitas, maka tahap berikutnya menguji reliabilitas dari suatu angket.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk melihat derajat ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran. Pengujiannya dapat dilakukan secara internal, yaitu pengujian dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada. Dengan melihat nilai *cronbach alpha* > 0,60. Berikut hasil uji reliabilitas dari variabel keputusan pembelian.

Tabel IV.7
Hasil Uji Reliabilitas pada Keputusan Pembelian

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.641	8

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS 22

Dari hasil uji reliabilitas keputusan membeli dapat dikatakan *reliabel*, jika nilai *cronbach alpha* $0,641 > 0,60$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel keputusan pembelian dinyatakan *reliabel* dan dapat diterima. Sedangkan uji reliabilitas untuk variabel pelayanan sebagai berikut:

Tabel IV.8
Hasil Uji Reliabilitas pada Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.671	13

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS 22

Dari hasil uji reliabilitas pelayanan dapat dikatakan *reliable*, jika nilai *cronbach alpha* $0,671 > 0,60$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan dinyatakan *reliable* dan dapat diterima. Sedangkan uji reliabilitas untuk variabel lokasi sebagai berikut:

Tabel IV.9
Hasil Uji Reliabilitas pada Lokasi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.778	6

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS 22

Dari hasil uji reliabilitas harga dapat dikatakan *reliable*, jika nilai *cronbach alpha* $0,778 > 0,60$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan dinyatakan reliabel dan dapat diterima.

3. Analisis Data

a. Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan terhadap objek yang diteliti. Analisis deskriptif dalam penelitian ini dalam bentuk mean, maksimum dan minimum. Berikut hasil dari analisis deskriptif untuk uji analisis pelayanan, lokasi, dan keputusan pembelian.

Tabel IV.10
Hasil Uji Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pelayanan	99	38	60	51.24	3.188
Lokasi	99	20	30	25.56	2.662
Keputusan_Pembelian	99	20	35	30.90	3.099
Valid N (listwise)	99				

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS 22

Dari data di atas dapat dilihat bahwa nilai yang paling rendah (minimum) yang terletak pada variabel Y keputusan pembelian yaitu 20 dan nilai tertinggi (maximum) yaitu 35 sedangkan rata-rata (mean) yaitu 30,90, sedangkan variabel X_1 pelayanan nilai terendah yaitu 38 (minimum) dan nilai tertinggi 60 (maximum) yaitu sedangkan rata-rata (mean) yaitu 51,24, variabel X_2 lokasi terendah (minimum) yaitu 20 dan tertinggi 30 (maximum) sedangkan rata-rata (mean) yaitu 25,56 .

b. Uji Normalitas

Tabel IV.11
Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		99
Normal	Mean	,0000000
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	3,52268392
Most Extreme	Absolute	,082
Differences	Positive	,072
	Negative	-,082
Test Statistic		,082
Asymp. Sig. (2-tailed)		,098 ^c

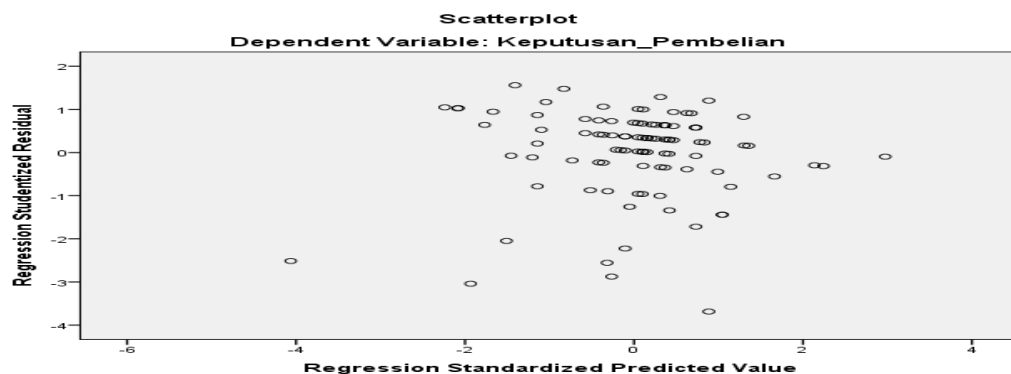
Sumber: Data diolah dari output SPSS 22

Dari hasil uji normalitas di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi (Asymp.Sig 2-tailed) sebesar 0,098. Jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 ($0,098 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual tersebut berdistribusi normal.

c. Uji Linearitas

Uji linearitas berguna untuk melihat sejauh mana hubungan linear secara signifikan atau tidak antara variabel bebas dan variabel terikat yang saling membentuk kurva linear.

Gambar IV. 3
Kurva Linear



Dari uji linearitas dengan metode grafik di atas dapat diketahui bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas, dan titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Tabel IV.12
Hubungan Linear Keputusan Pembelian dengan Pelayanan

			ANOVA Table				
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan_ Pembelian * Pelayanan	Between Groups	(Combine d)	264.761	16	16.548	2.007	.022
		Linearity	20.649	1	20.649	2.504	.000
		Deviation from Linearity	244.112	15	16.274	1.973	.027
Within Groups			676.229	82	8.247		
Total			940.990	98			

Sumber: Data diolah dari output SPSS 22

Dari hasil uji linearitas pelayanan diketahui bahwa taraf signifikan pada linearitas sebesar 0,000. Berarti $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel pelayanan terhadap keputusan pembelian terdapat hubungan yang linear.

Tabel IV.13
Hubungan Linear Keputusan Pembelian dengan Lokasi
ANOVA Table

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan_ Pembelian * Lokasi	Between (Combined) Groups	162.256	10	16.226	1.834	.066
	Linearity	.192	1	.192	.022	.000
	Deviation from Linearity	162.064	9	18.007	2.035	.044
	Within Groups	778.734	88	8.849		
Total		940.990	98			

Sumber: Data diolah output SPSS 22

Dari hasil uji linearitas lokasi di atas diketahui bahwa taraf signifikan pada linearitas sebesar 0,000. Berarti $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel lokasi terhadap keputusan pembelian terdapat hubungan yang linear.

d. Asumsi Klasik

1) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah “jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 dan nilai *Tolerance* $> 0,1$ ”.

Tabel IV.14
Hasil Uji Multikolineritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized		Standardized	T	Sig.	Collinearity		
	Coefficients		Coefficients			Statistics	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	22.843	5.986		3.816	.000			
Pelayanan	.145	.098	.149	1.476	.143	.998	1.202	
Lokasi	.520	.118	.021	.210	.834	.998	1.202	

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian
Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS 22

Dari hasil uji multikolineritas di atas nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) pelayanan adalah 1,202 dan lokasi adalah 1,202. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dari ketiga variabel di atas $< 0,05$. Sementara itu nilai *tolerance* untuk variabel pelayanan adalah 0,998 dan variabel lokasi adalah 0,998. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai *tolerance* dari ketiga variabel di atas $> 0,05$. Berdasarkan penilaian dari tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolineritas antara variabel pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian.

2) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam sebuah model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel IV.15
Hasil Uji Heteroskedastisitas

			Correlations		
			Pelayanan	Lokasi	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Pelayanan	Correlation Coefficient	1.000	,433**	-.137
		Sig. (2-tailed)	.	.743	.765
		N	99	99	99
	Lokasi	Correlation Coefficient	,433**	1.000	-.111
		Sig. (2-tailed)	.743	.	.824
		N	99	99	99
Unstandardized Residual		Correlation Coefficient	-.137	-.111	1.000
		Sig. (2-tailed)	.175	.274	.
		N	99	99	99

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS 22

Dari hasil uji heteroskedastisitas di atas, dapat diketahui bahwa nilai signifikan dari variabel pelayanan sebesar $0,765 > 0,05$ dan variabel lokasi sebesar $0,824 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa ke dua variabel tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

3) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk memastikan sebuah regresi linear berganda antara kesalahan pengganggu pada uji t, yang dilihat dari tabel Durbin Watson (DW). Model regresi yang baik adalah bebas dari autokorelasi.

Tabel IV.16
Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.350 ^a	.152	.132	3.09556	1.265

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Pelayanan

b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS 22

Dari uji autokorelasi di atas dapat diketahui bahwa nilai Durbin Watson (DW) 1,265 dan nilai tabel signifikan 0,05 dimana $n = 99$, dan $k = 2$ (k adalah jumlah variabel independen). Maka tabel DU dari tabel nilai signifikan 5% adalah 1,265 dan nilai hasil uji yang diperoleh sebesar 1,661 sedangkan 4-DW 2,411. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi karena $1,265 < 1,661 < 2,732$.

e. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk melihat pengaruh antara pelayanan dan lokasi dalam memutuskan pembelian obat di Apotek Madina Panyabungan. Hasil uji regresi dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV.17
Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	22.843	5.986		3.816	.000		
Pelayanan	.145	.098	.149	1.764	.143	.998	1.202
Lokasi	.520	.118	.021	.210	.834	.998	1.202

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber: data diolah output SPSS 22

Dari hasil uji regresi linear berganda pada tabel IV.17 di atas, maka persamaan regresi yang digunakan adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$\text{Keputusan Pembelian} = 22,843 + 0,145 \text{ Pelayanan} + 0,520 \text{ Lokasi} + 5\%$$

Dari persamaan regresi di atas dapat diartikan bahwa:

- 1) Nilai konstanta adalah sebesar 22,843 artinya jika variabel Pelayanan (X₁) dan Lokasi (X₂) nilai 0, maka Keputusan Pembelian (Y) nilainya 22,843.
- 2) Koefisien Pelayanan adalah sebesar 0,145 artinya apabila variabel (X₁) ditambah 1 satuan maka keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 0,145 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara pelayanan dengan keputusan pembelian.
- 3) Koefisien Lokasi adalah sebesar 0,520 artinya apabila variabel (X₂) ditambah 1 satuan maka keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 0,520 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara lokasi dengan keputusan pembelian.

f. Uji Hipotesis

1. Uji koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat.

Tabel IV.18
Hasil Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.350 ^a	.154	.132	3.09556	1.265

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Pelayanan

b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS 22

Hasil output di atas pada tabel IV.18 menunjukkan nilai R yang merupakan simbol dari koefisien korelasi. Pada output di atas diperoleh nilai $R = 0,350$ hal ini berarti terjadi hubungan antara variabel independen

terhadap variabel dependennya.. Melalui output di atas juga diperoleh nilai *R square* yang menyatakan seberapa bagus model regresi yang dibentuk oleh variabel X dengan variabel Y. Nilai *R square* yang diperoleh 0,152 yang diartikan bahwa variabel pelayanan dan lokasi mempengaruhi keputusan pembelian di Apotek Madina Panyabungan.

Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan dan lokasi memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian sebesar 15,4% dan sisanya 84,6% dijelaskan oleh variabel lain tidak dicantumkan dalam penelitian ini.

2. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel produk, harga dan promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Adapun hasil analisis regresi sebagai berikut:

Tabel IV.19
Hasil Uji Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	22.843	5.986		3.816	.006
Pelayanan	.145	.098	.149	1.764	.143
Lokasi	.520	.118	.021	2.210	.000

a. Dependent Variable: keputusan_pembelian
Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS 22

Dari hasil uji parsial di atas, dapat dilihat pengaruh setiap variabel dimana nilai t_{tabel} yang diperoleh dari rumus $df = n - k - 1$ atau $99 - 2 - 1 = 96$ sebesar 1,661 yaitu:

- a) T_{hitung} pelayanan adalah $1,764 > 1,661$ maka H_a diterima artinya terdapat pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian obat.
- b) T_{hitung} lokasi adalah $2,210 > 1,661$ H_a diterima artinya terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian obat.

3. Uji Simultan (Uji F)

Uji Simultan (Uji F) digunakan untuk menguji pengaruh dari variabel pelayanan dan lokasi secara keseluruhan terhadap variabel keputusan pembelian.

Tabel IV.20
Hasil Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	244,187	2	122,094	9,113	,000 ^b
	Residual	1286,136	96	13,397		
	Total	1530,323	98			

a. Dependent Variable: keputusan_pembelian

b. Predictors: (Constant), Lokasi, pelayanan

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS 22

Dari hasil ujisimultan (uji F) di atas pada tabel, diperoleh nilai signifikan $< \alpha$ ($0,000 < 0,10$) dan $F_{hitung} 9,113 > F_{tabel} 3,09$ ($df = n - k - 1$ atau $99 - 2 - 1 = 96$), karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh antara pelayanan dan lokasi secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan pembelian.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul Analisis Pengaruh Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Obat di Apotek Madina Panyabungan. Penelitian ini dilakukan dengan melakukan penelitian terhadap 99 responden yang diolah dengan menggunakan program komputer SPSS Versi 22. Berdasarkan hasil analisis regresi yang dilakukan pada penelitian ini diperoleh persamaan regresi yaitu:

1. Konstanta sebesar 22,843 satuan, menyatakan bahwa jika variabel diasumsikan naik satuan dengan variabel pelayanan dan variabel lokasi diasumsikan 0 maka variabel keputusan pembelian obat di Apotek Madina Panyabungan sebesar 22,843 satuan.
2. Koefisien regresi variabel pelayanan adalah sebesar 0,145 satuan, artinya jika variabel pelayanan diasumsikan naik satuan dengan variabel lokasi diasumsikan 0 maka variabel keputusan pembelian obat di Apotek Madina Panyabungan mengalami peningkatan sebesar 0,145 satuan.
3. Koefisien regresi variabel lokasi adalah sebesar 0,520 satuan, artinya jika variabel lokasi diasumsikan naik satuan dengan variabel lokasi diasumsikan 0 maka variabel keputusan pembelian obat di Apotek Madina Panyabungan mengalami peningkatan sebesar 0,520 satuan.
4. Uji koefisien determinasi membuktikan bahwa kemampuan variabel pelayanan dan variabel lokasi menerangkan variasi variabel terikat sebesar 42,2% terhadap variabel keputusan pembelian di Apotek Madina

Panyabungan. Selain itu sisanya 57,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pelayanan dan variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Dimana hal ini dapat dibuktikan dengan t_{hitung} sebesar 2,210 dan t_{tabel} sebesar 1,661. Dalam hal ini $t_{hitung} > t_{tabel}$. Maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis yang menyatakan bahwa variabel pelayanan dan variabel lokasi berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian obat di Apotek Madina Panyabungan. Dan hal ini sesuai dengan pendapat Etta Mamang Sangadji dan Sopiha, bahwa pelayanan dan lokasi berkaitan dengan keputusan pembelian adalah seperangkat ingatan yang ada di benak konsumen mengenai sebuah pelayanan, baik itu positif maupun negatif. Ingatan terhadap sebuah pelayanan dapat berupa atribut pelayanan dan manfaat yang di rasakan oleh konsumen.
6. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur Wulandari yang meneliti tentang keputusan pembelian produk Kopikita yang menyatakan bahwa dari analisis regresi diperoleh persamaan $Y = 0,324 + X_1 0,224 + X_2 0,305$. Variabel pelayanan memiliki pengaruh paling besar terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 0,324, kemudian diikuti oleh variabel lokasi sebesar 0,305. Sedangkan variabel pelayanan mempunyai pengaruh paling rendah dibandingkan variabel lain sebesar 0,224. Hasil analisis menggunakan koefisien determinasi diketahui bahwa 15,2% variasi dari variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh

variabel pelayanan, dan variabel lokasi. Sedangkan sisanya 84,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

E. Keterbatasan Penelitian

Keseluruhan rangkaian kegiatan dalam penelitian telah dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metodologi penelitian. Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih memiliki kekurangan keterbatasan yang dapat memungkinkan dapat mempengaruhi hasil penelitian.

Adapun keterbatasan-keterbatasan yang dihadapi peneliti selama penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah:

1. Dalam menyebarkan angket peneliti tidak mengetahui apakah responden memberikan kejujuran dalam menjawab setiap pernyataan yang diberikan sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh.
2. Keterbatasan waktu, tenaga, serta materi peneliti yang tidak mencukupi untuk penelitian lebih lanjut.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti diperoleh kesimpulan berdasarkan analisis data bahwa terdapat pengaruh pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian obat di Apotek Madina Panyabungan yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian obat di Apotek Madina Panyabungan, yang dibuktikan melalui uji parsial dengan melihat nilai t_{hitung} pelayanan senilai $1,764 > t_{tabel}$ senilai $1,661$.
2. Terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian obat di Apotek Madina Panyabungan, yang dibuktikan melalui uji parsial dengan melihat nilai t_{hitung} lokasi senilai $2,210 > t_{tabel}$ senilai $1,661$.
3. Terdapat pengaruh pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian obat di Apotek Madina Panyabungan, yang dibuktikan melalui uji simultan dengan melihat f_{hitung} sebesar $9,113 > f_{tabel}$ $3,09$.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Untuk Perusahaan (Apotek Madina)

Untuk mempertahankan pelayanan dan lokasi di Apotek Madina dan lebih mengembangkan fasilitas dapat menunjukkan kepada masyarakat luas bahwa Apotek Madina semakin maju dan mampu berkompetisi dari perusahaan yang lain yang juga bergerak dalam pemasaran. Pimpinan juga harus tegas terhadap karyawan yang bertugas melayani para pelanggan, agar para karyawan selalu melayani pelanggan dengan memberikan pelayanan yang unggul. Ini bertujuan agar para pelanggan setia dan memutuskan membeli obat di Apotek Madina Panyabungan dan tidak berpindah ke Apotek lain yang produknya sama dengan Apotek Madina.

2. Bagi Akademisi

Hasil penelitian diharapkan dapat mendukung penelitian selanjutnya dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan pelayanan dan lokasi yang unggul untuk keputusan pembelian. Dalam penelitian ini tentu saja masih mengalami banyak sekali kekurangan, karena adanya keterbatasan dari peneliti, sehingga peneliti berikutnya diharapkan perlu menjelaskan secara lebih lengkap dengan menambah teori yang mendukung.

Bagi peneliti selanjutnya hasil penelitian ini hendaknya dapat dijadikan sebagai bahan untuk melakukan kajian yang lebih mendalam terutama yang menyangkut judul penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi* Jakarta: Rineka Cipta 2011.
- Agus Sucipto, *Study Kelayakan Bisnis* Malang: UIN-Maliki Press 2010.
- Ahmad Musthafa Al-Maraghiy, *Terjemah Tafsir Al-Maragi Juz 1,2 dan 3* (CV. Toha Putra: Semarang,1989.
- Daryanto dan Ismanto Setya budi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, Yogyakarta: Gava Media 2014.
- Departemen Agama RI,*AL-Quran dan terjemahannya*, Bogor: Sy9ma 2007.
- Ellen Gunawan Sitompul, *Teknik Statistika Untuk Bisnis & Ekonomi*, Jakarta: Erlangga, 1996.
- Etta Mamang dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Peraktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, Yogyakarta: CV. Andi Offzet, 2013.
- Huseini Usman dan Purnomo Setiadi Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial Edisi kedua*, Jakarta: Bumi Aksara 2011.
- Indriantoro, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*, Yogyakarta: BPF 2002.
- Irma Warni, Hasil Wawancara dengan Karyawan Apotek Madina, yang dilakukan pada hari Sabtu, 06 Mei 2017.
- _____, Hasil Wawancara dengan Karyawan Apotek Madina, yang dilakukan pada hari Minggu, 24 September 2017.
- Jonathan Sarwono, *Riset Pemasaran dengan SPSS*, Yogyakarta: Andi Offset, 2005.
- Kasmir dan Jakfar, *Study Kelayakan Bisnis edisi Kedua* Jakarta: Kencana2010.
- _____,*Study Kelayakan Bisnis edisi Revisi* Jakarta: Kencana 2012.
- Leon Schiffmandan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Indeks 2008.
- Malayu S.P. Hasibuan, *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah*, Jakarta: Bumi Aksara 2006.
- Mardani, *Ayat - Ayat dan Hadist Ekonomi Syariah*, Jakarta: Rajawali Pers 2011.
- M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Kencana2006.

- Muhammad Firdaus, *Ekonomi Metrika Suatu Pendekatan Aplikatif*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004.
- Mudrajad, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: Erlangga, 2003.
- Nur Asnawi, *Manajemen Pemasaran*, Malang: UIN-Maliki Press, 2011.
- _____, dan Masyhuri, *Manajemen Pemasaran*, UIN-Maliki Press 2011.
- Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*, Solo: PT. Era Adi citra Inter media 2011.
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ke-11 Jilid 1, alih bahasa oleh Benyamin Molan, Jakarta: PT. indeks 2005.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran edisi kedua belas jilid 1* Indonesia: PT. Macanan Jaya Cemerlang 2007.
- Ratminto & Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*, Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2005.
- Rodiana, Hasil Wawancara dengan Karyawan Apotek Madina, yang dilakukan pada hari Senin, 02 Oktober 2017.
- Singgih Santoso, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, Jakarta: PT: Elex Media Komputindo.
- _____, *Statistik Deskriptif Konsep dan Aplikasi Dengan Microsoft Excel dan SPSS*, Yogyakarta: Andi Offset, 2003.
- Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2005.
- _____, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: CV. Alfabeta, 2005
- Suharyadi, *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, Jakarta: PT. Salemba Empat, 2007.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002.
- _____, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Sumardi Suryabrata, *Metodologi Penelitian* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada 2012.
- Suryana, *Kewirausahaan*, Jakarta: Salemba Empat 2013.
- Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013.

Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi III*, Jakarta: PusatBahasa 2008.

Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Bogor: Ghalia Indonesia 2011.

W. Gulo, *Metodelogi Penelitian*, Jakarta: PT. Grasindo 2010.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

Nama : Seri Wahyuni
Nim : 13 230 0086
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/Tanggal Lahir : Panyabungan III, 12 Oktober 1992
Alamat : Sipolu-polu Kec. Panyabungan Kota
Kab. Mandailing Natal
Agama : Islam
Fakultas/ Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)/ Ekonomi
Syariah-2 MB-1
Emile : Wahyuninasution1702@gmail.com
No Telepon : 0812 6567 9337

Nama Orang Tua

Ayah : Rapii Nasution
Pekerjaan : Wiraswasta
Ibu : Nur Halimah Pulungan
Pekerjaan : Petani
Alamat : Sipolu-polu Kec. Panyabungan Kota
Kab. Mandailing Natal

II. PENDIDIKAN

SD Negeri 07 Hutasiantar Kab. Mandailing Natal tahun 2005-2006
MTs Musthafawiyah Kab. Mandailing Natal tahun 2008-2009
MA Musthafawiyah Kab. Mandailing Natal tahun 2011-2012
Tahun 2013 melanjutkan Pendidikan Program S-1 di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI).

Lampiran 2

KATA PENGANTAR UNTUK ANGGKET (KUESIONER)

Perihal : Permohonan pengisian angket

Lampiran : Satu berkas

Kepada Yth.

Bapak/ Ibu

Di

Tempat

Bapak/ Ibu/ Saudara/i dalam rangka menyelesaikan karya ilmiah (skripsi) pada program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan maka saya,

Nama : Seri Wahyuni

Nim : 13 230 0086

Untuk membantu kelancaran penelitian ini, dengan segala kerendahan hati dan harapan, peneliti mohon kesediaan Bapak/ Ibu/ Saudara/i untuk mengisi daftar pertanyaan ini dengan sejujurnya sesuai dengan kenyataan yang ada.

Informasi yang Bapak/ Ibu/ Saudara/I berikan sangatlah berarti dalam penyelesaian skripsi penelitian dengan judul: **“ANALISIS PENGARUH PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OBAT DI APOTEK MADINA PANYABUNGAN”**. Untuk mencapai maksud tersebut, peneliti ,mohon kesediaan Bapak/ Ibu/ Saudara/I untuk mengisi kuesioner ini dengan memilih jawaban yang telah disediakan.

Atas kesediaan Saudari meluangkan waktu membantu peneliti mengisi kuesioner ini, peneliti mengucapkan terimakasih.

Hormat Saya,

Peneliti

Seri Wahyuni
NIM. 13 230 0086

Lampiran 1

SURAT VALIDASI

Menerangkan bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **Delima Sari Lubis, M.A**

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: **ANALISIS PENGARUH PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OBAT DI APOTEK MADINA PANYABUNGAN.**

Yang disusun oleh:

Nama : Seri Wahyuni
NIM : 13 230 0086
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah -2MB

Adapun masukan yang saya berikan adalah sebagai berikut:

- 1.
- 2.
- 3.

Dengan harapan, masukan dan penilaian yang saya berikan dapat digunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

Padangsidempuan, September 2017

Delima Sari Lubis, M.A
NIP. 19840512 201403 2 002

LEMBAR VALIDASI
ANGKET KEPUTUSAN PEMBELIAN

Petunjuk :

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda cheklist (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi, Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir:

Indikator	No Soal	V	VR	TV
1. Keputusan Merek	1,2,3			
2. Keputusan Kualitas	4,5,6			
3. Keputusan Pembelian	7,8,9,10			

Catatan:

.....
.....
.....

Padangsidempuan, September 2017

Delima Sari Lubis, M.A
NIP. 19840512 201403 2 002

**LEMBAR VALIDASI
ANGKET PELAYANAN**

Petunjuk :

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda checklist (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi, Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir:

Indikator	No Soal	V	VR	TV
1. Kehandalan	1,2,3			
2. Daya Tanggap	4,5,6			
3. Jaminan	7,8,9			
4. Bukti Fisik	10,11			
5. Kinerja Pelayanan	12,13			

Catatan:

.....
.....
.....

Padangsidempuan, September2017

Delima Sari Lubis, M.A
NIP. 19840512 201403 2 002

LEMBAR VALIDASI
ANGKET LOKASI

Petunjuk :

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda cheklist (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi, Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir:

Indikator	No Soal	V	VR	TV
1. <i>Geografi</i> /Sudah dikenal	1,2			
2. Tempat Usaha	3,4			
3. Kualitas Usaha	5,6			

Catatan:

.....

.....

.....

Padangsidempuan, September 2017

Delima Sari Lubis, M.A
NIP. 19840512 201403 2 002

Angket Keputusan Pembelian

No.	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya mengenali dan membeli obat di Apotek Madina karena produknya jelas.					
2	Apotek Madina belum memenuhi kebutuhan saya.					
3	Saya mencari informasi tentang Apotek Madina melalui media sosial.					
4	Saya mencari informasi tentang Apotek Madina sebelum membeli obat.					
5	Saya mempertimbangkan sebelum memutuskan untuk membeli obat .					
6	Saya memilih Apotek Madina karena dekat dengan tempat tinggal.					
7	Saya memilih Apotek Madina dari pada Apotek lain.					
8	Saya menyukai Apotek Madina karena obat-obatnya lengkap.					
9	Saya merasa puas dalam membeli obat di Apotek Madina karena menerima resep dokter.					
10	Saya akan melakukan pembelian ulang di Apotek Madina.					

Ket:

1. SS : Sangat Setuju
2. S : Setuju
3. KS : Kurang Setuju
4. TS : Tidak Setuju
5. STS : Sangat Tidak Setuju

Angket Pelayanan

No.	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
	Kehandalan					
1	Karyawan memberi informasi tentang nama obat.					
2	Karyawan memberi informasi tentang dosis obat.					
3	Karyawan memberi informasi tentang cara pemakaian obat.					
	Daya Tanggap					
4	Karyawan cepat tanggap saat melayani pelanggan.					
5	Keluhan pelanggan di atasi dengan cepat .					
6	Karyawan memberi informasi obat secara tertulis bila pelanggan kurang begitu paham.					
	Jaminan					
7	Informasi obat yang diberikan akurat serta bisa dipertanggungjawabkan.					
8	Karyawan mampu memberikan informasi obat.					
9	Obat-obat di Apotek Madina tidak pernah lewat expired.					
	Bukti Fisik					
10	Ruangan di Apotek Madina nyaman					
11	Karyawan menuliskan aturan pakai yang mudah dimengerti.					
	Kinerja Pelayanan					
12	Karyawan cepat merespon pesanan pelanggan.					
13	Karyawan selalu bersikap sopan kepada pelanggan.					

Ket:

- 6. SS : Sangat Setuju
- 7. S : Setuju
- 8. KS : Kurang Setuju
- 9. TS : Tidak Setuju
- 10. STS : Sangat Tidak Setuju

Angket Lokasi

No.	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
	Geografi/ Sudah dikenal					
1	Nama toko Apotek Madina sangat jelas					
2	Lokasi Apotek Madina mudah dijangkau.					
	Tempat Usaha					
3	Apotek Madina berlokasi di pusat kota.					
4	Lokasi Apotek Madina Strategis.					
	Kualitas Usaha					
5	Area parkir di Apotek Madina sangat luas					
6	Apotek Madina sudah dikenal di kalangan masyarakat.					

Ket:

- 11. SS : Sangat Setuju
- 12. S : Setuju
- 13. KS : Kurang Setuju
- 14. TS : Tidak Setuju
- 15. STS : Sangat Tidak Setuju

LAMPIRAN 3

VARIABEL Y = KEPUTUSAN PEMBELIAN

Responden 1	5	3	4	4	4	4	4	4	32
Responden 2	5	4	4	3	3	4	5	4	32
Responden 3	3	1	5	3	5	5	5	5	32
Responden 4	3	1	5	3	5	5	5	5	32
Responden 5	4	2	4	3	4	4	3	4	28
Responden 6	2	2	4	4	2	4	4	2	24
Responden 7	4	2	4	2	5	5	5	4	31
Responden 8	2	2	5	5	5	5	4	3	31
Responden 9	5	4	4	4	3	4	5	4	33
Responden 10	5	4	4	4	4	4	4	4	33
Responden 11	4	2	4	2	4	5	4	4	29
Responden 12	4	2	4	2	2	4	2	2	22
Responden 13	4	4	4	3	3	4	4	4	30
Responden 14	5	3	4	4	4	3	4	5	32
Responden 15	5	4	4	3	3	4	4	4	31
Responden 16	2	2	4	4	4	5	3	4	28
Responden 17	5	3	4	4	4	4	4	5	33
Responden 18	4	4	4	4	3	5	5	4	33
Responden 19	5	3	4	4	4	4	4	4	32
Responden 20	4	4	4	3	3	4	4	4	30
Responden 21	5	2	4	2	4	5	3	3	28
Responden 22	5	3	4	4	4	4	4	4	32
Responden 23	5	3	4	4	4	4	4	4	32
Responden 24	5	3	4	4	4	5	5	4	34
Responden 25	5	4	4	4	3	4	5	4	33
Responden 26	4	2	4	2	4	5	3	3	27
Responden 27	4	2	4	3	3	4	3	4	27
Responden 28	4	2	4	4	2	3	2	2	23
Responden 29	5	2	5	4	4	5	5	4	34
Responden 30	5	4	4	4	4	3	3	3	30
Responden 31	5	3	4	4	4	4	3	4	31
Responden 32	4	3	4	2	3	4	4	4	28
Responden 33	5	4	3	3	3	3	3	3	27
Responden 34	5	4	3	3	3	3	3	3	27
Responden 35	5	4	4	4	4	4	4	4	33
Responden 36	5	3	4	4	4	5	5	5	35
Responden 37	5	4	5	3	2	3	4	4	30
Responden 38	5	3	4	4	4	5	4	5	34

Responden 39	5	2	5	4	4	5	5	4	34
Responden 40	5	3	4	4	4	3	4	4	31
Responden 41	5	3	4	4	4	3	4	4	31
Responden 42	5	4	4	4	4	3	4	4	32
Responden 43	5	3	4	4	4	4	4	4	32
Responden 44	5	3	4	5	4	4	5	4	34
Responden 45	5	4	4	4	4	4	4	4	33
Responden 46	5	2	4	4	4	4	4	4	31
Responden 47	5	5	5	4	4	4	4	4	35
Responden 48	5	2	4	4	4	4	5	4	32
Responden 49	5	3	5	4	4	4	4	4	33
Responden 50	4	4	3	4	2	4	3	4	28
Responden 51	5	4	4	4	4	4	4	4	33
Responden 52	4	3	4	3	3	4	5	4	30
Responden 53	4	3	4	4	4	5	5	4	33
Responden 54	5	4	4	4	4	3	4	4	32
Responden 55	5	3	4	4	4	4	4	4	32
Responden 56	5	4	5	4	4	4	4	4	34
Responden 57	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Responden 58	5	2	4	4	3	4	4	4	30
Responden 59	5	3	4	4	4	4	4	4	32
Responden 60	4	2	4	4	4	4	4	4	30
Responden 61	5	4	4	4	4	4	4	4	33
Responden 62	5	2	4	4	4	5	5	4	33
Responden 63	5	3	4	5	4	4	4	4	33
Responden 64	5	5	4	4	4	5	4	4	35
Responden 65	5	3	4	4	4	4	4	4	32
Responden 66	4	4	4	4	3	4	4	4	31
Responden 67	4	3	4	4	3	4	5	4	31
Responden 68	5	5	4	4	4	4	4	4	34
Responden 69	5	4	4	4	4	4	4	4	33
Responden 70	5	4	4	4	4	4	4	4	33
Responden 71	5	3	4	2	3	4	5	4	30
Responden 72	4	3	4	4	3	4	4	4	30
Responden 73	5	3	4	4	4	4	4	4	32
Responden 74	5	3	4	4	4	4	4	4	32
Responden 75	5	3	4	4	4	4	4	4	32
Responden 76	2	2	4	4	4	5	3	4	28
Responden 77	5	2	4	4	4	4	4	4	31
Responden 78	4	2	4	2	4	5	3	3	27
Responden 79	5	3	4	4	4	4	4	4	32

Responden 80	5	4	4	3	3	4	5	4	32
Responden 81	5	2	4	4	3	3	4	4	29
Responden 82	5	2	4	3	3	4	5	4	30
Responden 83	5	3	4	3	3	4	5	4	31
Responden 84	5	3	4	4	4	4	4	4	32
Responden 85	5	4	4	4	3	3	4	4	31
Responden 86	5	3	4	4	4	4	4	4	32
Responden 87	5	3	5	5	4	4	4	5	35
Responden 88	4	4	5	4	4	5	5	4	35
Responden 89	5	3	4	4	3	4	4	4	31
Responden 90	5	3	4	4	4	4	5	4	33
Responden 91	4	3	4	4	4	3	4	4	30
Responden 92	5	3	4	4	4	3	4	4	31
Responden 93	5	4	4	4	4	4	4	4	33
Responden 94	5	4	4	4	4	4	4	4	33
Responden 95	5	3	4	4	4	3	4	4	31
Responden 96	5	3	4	4	4	4	4	4	32
Responden 97	5	5	4	4	4	4	4	4	34
Responden 98	5	3	4	3	4	3	4	4	30
Responden 99	5	4	4	4	4	4	4	4	33

LAMPIRAN 3

VARIABEL Y= KEPUTUSAN PEMBELIAN

Responden 1	2	2	4	4	4	5	3	4	28
Responden 2	3	1	5	3	5	5	5	5	32
Responden 3	4	2	4	3	4	4	3	4	28
Responden 4	2	2	4	4	2	4	4	2	24
Responden 5	5	3	4	4	4	3	4	4	31
Responden 6	5	4	4	4	4	3	4	4	32
Responden 7	5	3	4	4	4	4	4	4	32
Responden 8	5	3	4	5	4	4	5	4	34
Responden 9	5	4	4	4	4	4	4	4	33
Responden 10	5	2	4	4	4	4	4	4	31
Responden 11	5	3	4	4	4	4	4	4	32
Responden 12	5	4	4	4	3	4	5	4	33
Responden 13	5	4	4	4	4	4	4	4	33
Responden 14	5	5	5	4	4	4	4	4	35
Responden 15	4	2	4	2	4	5	4	4	29
Responden 16	4	2	4	2	5	5	5	4	31
Responden 17	5	4	5	3	2	3	4	4	30
Responden 18	5	3	4	4	4	5	4	5	34
Responden 19	5	2	5	4	4	5	5	4	34
Responden 20	3	1	5	4	5	5	5	5	33
Responden 21	5	4	4	3	3	4	5	4	32
Responden 22	2	2	5	5	5	5	4	3	31
Responden 23	5	3	4	4	4	3	4	4	31
Responden 24	2	2	4	4	4	5	3	4	28
Responden 25	5	4	4	4	4	4	4	4	33
Responden 26	5	3	4	4	4	4	4	4	32
Responden 27	5	3	4	4	4	5	5	5	35
Responden 28	5	4	4	3	3	4	5	4	32
Responden 29	5	2	4	4	3	3	4	4	29
Responden 30	5	2	4	3	3	4	5	4	30
Responden 31	5	3	4	3	3	4	5	4	31
Responden 32	5	3	4	4	4	4	4	4	32
Responden 33	5	4	4	4	3	3	4	4	31
Responden 34	5	3	4	4	4	4	4	4	32
Responden 35	5	3	5	5	4	4	4	5	35
Responden 36	4	4	5	4	4	5	5	4	35
Responden 37	5	3	4	4	3	4	4	4	31
Responden 38	4	3	4	4	4	3	4	4	30

Responden 39	5	3	4	3	4	3	4	4	30
Responden 40	5	3	4	4	4	3	4	4	31
Responden 41	5	3	4	4	4	3	4	4	31
Responden 42	5	3	4	4	4	4	5	4	33
Responden 43	5	4	4	4	4	4	4	4	33
Responden 44	5	5	1	1	4	4	3	4	27
Responden 45	5	3	4	4	4	4	4	4	32
Responden 46	5	4	4	4	4	4	4	4	33
Responden 47	5	5	4	4	4	4	4	4	34
Responden 48	5	4	4	4	4	4	4	4	33
Responden 49	5	3	4	4	4	4	4	4	32
Responden 50	5	2	5	4	4	5	5	4	34
Responden 51	5	4	4	4	4	4	4	4	33
Responden 52	5	4	4	4	4	3	3	3	30
Responden 53	5	4	3	3	3	3	3	3	27
Responden 54	4	3	4	2	3	4	4	4	28
Responden 55	5	4	3	3	3	3	3	3	27
Responden 56	5	3	4	2	3	4	5	4	30
Responden 57	4	3	4	4	3	4	4	4	30
Responden 58	5	3	4	4	4	4	4	4	32
Responden 59	5	4	5	4	4	4	4	4	34
Responden 60	5	3	4	4	4	4	4	4	32
Responden 61	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Responden 62	5	2	4	4	3	4	4	4	30
Responden 63	5	2	4	4	4	4	4	4	31
Responden 64	5	3	4	4	4	4	4	4	32
Responden 65	4	2	4	4	4	4	4	4	30
Responden 66	5	4	4	4	4	4	4	4	33
Responden 67	5	2	4	4	4	5	5	4	33
Responden 68	5	3	4	4	4	4	4	4	32
Responden 69	5	3	4	4	4	4	4	4	32
Responden 70	5	3	4	4	4	5	5	4	34
Responden 71	5	3	4	5	4	4	4	4	33
Responden 72	5	5	4	4	4	5	4	4	35
Responden 73	5	3	4	4	4	4	4	4	32
Responden 74	5	4	4	4	3	4	5	4	33
Responden 75	4	4	4	4	3	4	4	4	31
Responden 76	4	3	4	4	3	4	5	4	31
Responden 77	5	5	4	4	4	4	4	4	34
Responden 78	4	2	4	3	4	5	3	3	28
Responden 79	4	2	4	3	3	2	3	2	23

Responden 80	4	2	4	4	2	3	2	2	23
Responden 81	5	4	4	4	4	4	4	4	33
Responden 82	4	2	4	2	2	4	2	2	22
Responden 83	5	2	4	2	4	5	3	3	28
Responden 84	4	4	4	3	3	4	4	4	30
Responden 85	5	3	4	4	4	3	4	5	32
Responden 86	5	4	4	3	3	4	4	4	31
Responden 87	5	3	4	4	4	4	4	5	33
Responden 88	5	3	4	4	4	4	4	4	32
Responden 89	4	4	4	4	3	5	5	4	33
Responden 90	5	3	4	4	4	4	4	4	32
Responden 91	5	2	4	4	4	4	5	4	32
Responden 92	5	3	5	4	4	4	4	4	33
Responden 93	4	4	3	4	2	4	3	4	28
Responden 94	4	4	4	3	3	4	4	4	30
Responden 95	5	4	4	4	4	3	4	4	32
Responden 96	4	3	4	3	3	4	5	4	30
Responden 97	5	4	4	4	4	4	4	4	33
Responden 98	4	3	4	4	4	5	5	4	33
Responden 99	5	5	2	3	3	4	2	4	28

LAMPIRAN 4

VARIABEL X1 = PELAYANAN

Responden 1	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	5	5	5	51
Responden 2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	53
Responden 3	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	5	4	5	51
Responden 4	5	4	4	4	4	4	2	4	3	3	4	4	4	49
Responden 5	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	5	4	5	51
Responden 6	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	50
Responden 7	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	5	3	5	50
Responden 8	5	4	4	4	4	4	3	4	5	3	4	4	4	52
Responden 9	4	4	4	4	4	4	2	4	5	4	4	4	4	51
Responden 10	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	48
Responden 11	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	50
Responden 12	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	51
Responden 13	4	4	4	4	4	4	2	4	5	4	4	4	4	51
Responden 14	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	52
Responden 15	4	4	4	4	4	4	2	4	5	4	4	4	4	51
Responden 16	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	54
Responden 17	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	52
Responden 18	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	52
Responden 19	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	53
Responden 20	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5	53
Responden 21	5	5	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	55
Responden 22	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	51
Responden 23	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	53
Responden 24	4	4	4	4	4	4	3	3	5	3	4	4	4	50
Responden 25	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	52
Responden 26	4	4	4	5	5	4	3	4	5	4	4	4	5	55
Responden 27	4	4	4	5	5	4	3	4	5	4	4	4	4	54
Responden 28	4	4	4	4	4	4	2	4	5	4	4	4	4	51
Responden 29	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	55
Responden 30	4	4	4	4	3	4	2	4	5	4	4	3	4	49
Responden 31	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	52
Responden 32	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	52
Responden 33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	51
Responden 34	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	51
Responden 35	3	4	4	4	4	4	2	4	5	3	3	4	4	48
Responden 36	4	2	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	5	47
Responden 37	4	5	5	5	4	5	3	4	4	5	5	4	5	58
Responden 38	4	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	5	54

Responden 39	4	3	4	4	4	3	3	3	5	4	4	4	5	50
Responden 40	4	2	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	5	47
Responden 41	4	5	5	5	4	5	3	4	4	5	5	4	5	58
Responden 42	4	3	4	4	3	4	2	4	2	4	4	3	4	45
Responden 43	2	4	4	3	3	4	2	4	4	2	4	4	4	44
Responden 44	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	5	5	5	51
Responden 45	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	52
Responden 46	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	51
Responden 47	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	53
Responden 48	4	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	5	54
Responden 49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
Responden 50	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	48
Responden 51	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	52
Responden 52	4	3	3	5	4	5	2	4	5	4	4	4	4	51
Responden 53	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	54
Responden 54	4	4	4	5	4	4	2	4	4	4	2	4	4	49
Responden 55	4	5	5	4	4	5	3	5	3	3	4	4	5	54
Responden 56	5	4	5	4	5	5	3	4	3	4	5	5	5	57
Responden 57	3	2	3	4	4	4	3	2	5	4	4	4	4	46
Responden 58	5	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	54
Responden 59	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	53
Responden 60	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	60
Responden 61	3	4	2	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	48
Responden 62	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	53
Responden 63	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	52
Responden 64	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	52
Responden 65	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	52
Responden 66	4	2	4	4	2	2	2	5	1	4	4	5	5	44
Responden 67	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	47
Responden 68	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	45
Responden 69	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	50
Responden 70	4	5	5	4	4	4	2	2	2	4	4	5	5	50
Responden 71	4	5	4	4	4	5	3	5	1	4	4	5	5	53
Responden 72	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	52
Responden 73	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	52
Responden 74	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	53
Responden 75	4	4	4	4	4	4	3	4	5	3	4	4	4	51
Responden 76	4	4	4	4	4	4	3	4	5	3	4	4	4	51
Responden 77	4	4	4	5	5	5	3	4	5	4	4	4	5	56
Responden 78	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	52
Responden 79	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	51

Responden 80	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	51
Responden 81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
Responden 82	5	4	3	4	4	3	3	5	4	2	4	2	3	46
Responden 83	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5	53
Responden 84	4	4	4	3	3	4	3	4	5	4	4	4	4	50
Responden 85	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	53
Responden 86	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	53
Responden 87	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	53
Responden 88	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	53
Responden 89	4	4	4	3	3	4	3	4	5	4	4	4	4	50
Responden 90	4	4	4	5	5	4	3	4	5	4	4	4	4	54
Responden 91	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	52
Responden 92	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	52
Responden 93	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	52
Responden 94	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	48
Responden 95	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	52
Responden 96	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	52
Responden 97	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	53
Responden 98	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	52
Responden 99	4	4	4	4	4	4	2	4	5	4	4	4	5	52

LAMPIRAN 4

VARIABEL X1 = PELAYANAN

Responden 1	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	52
Responden 2	4	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	5	54
Responden 3	4	5	5	5	4	5	3	4	4	5	5	4	5	58
Responden 4	4	5	5	5	4	5	3	4	4	5	5	4	5	58
Responden 5	4	3	4	4	3	4	2	4	2	4	4	3	4	45
Responden 6	2	4	4	3	3	4	2	4	4	2	4	4	4	44
Responden 7	5	4	5	4	5	5	3	4	3	4	5	5	5	57
Responden 8	4	3	4	4	4	3	3	3	5	4	4	4	5	50
Responden 9	4	3	3	5	4	5	2	4	5	4	4	4	4	51
Responden 10	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	54
Responden 11	4	5	5	4	4	5	3	5	3	3	4	4	5	54
Responden 12	4	5	5	4	4	4	2	2	2	4	4	5	5	50
Responden 13	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	52
Responden 14	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	53
Responden 15	4	4	4	4	4	4	3	4	5	3	4	4	4	51
Responden 16	4	2	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	5	47
Responden 17	4	4	4	5	5	5	3	4	5	4	4	4	5	56
Responden 18	4	4	4	4	4	4	3	4	5	3	4	4	4	51
Responden 19	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	51
Responden 20	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5	53
Responden 21	4	5	4	4	4	5	3	5	1	4	4	5	5	53
Responden 22	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	53
Responden 23	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	52
Responden 24	4	4	4	4	4	4	2	4	5	4	4	4	5	52
Responden 25	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	52
Responden 26	4	2	4	4	2	2	2	5	1	4	4	5	5	44
Responden 27	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	47
Responden 28	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	45
Responden 29	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	5	5	5	51
Responden 30	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	5	4	5	51
Responden 31	5	4	4	4	4	4	2	4	3	3	4	4	4	49
Responden 32	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	50
Responden 33	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	5	4	5	51
Responden 34	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	5	3	5	50
Responden 35	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	52
Responden 36	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	51
Responden 37	3	2	3	4	4	4	3	2	5	4	4	4	4	46
Responden 38	5	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	54

Responden 39	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	5	5	5	51
Responden 40	3	4	4	4	4	4	2	4	5	3	3	4	4	48
Responden 41	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	52
Responden 42	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	51
Responden 43	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	53
Responden 44	4	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	5	54
Responden 45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
Responden 46	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	48
Responden 47	4	4	4	5	4	4	2	4	4	4	2	4	4	49
Responden 48	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	51
Responden 49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
Responden 50	5	4	3	4	4	3	3	5	4	2	4	2	3	46
Responden 51	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	53
Responden 52	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	53
Responden 53	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	53
Responden 54	4	4	4	3	3	4	3	4	5	4	4	4	4	50
Responden 55	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	52
Responden 56	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	53
Responden 57	4	4	4	3	3	4	3	4	5	4	4	4	4	50
Responden 58	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	52
Responden 59	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	52
Responden 60	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	48
Responden 61	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	52
Responden 62	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	52
Responden 63	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	60
Responden 64	3	4	2	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	48
Responden 65	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	53
Responden 66	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	52
Responden 67	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	52
Responden 68	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	52
Responden 69	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	50
Responden 70	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	53
Responden 71	5	4	4	4	4	4	3	4	5	3	4	4	4	52
Responden 72	4	4	4	4	4	4	2	4	5	4	4	4	4	51
Responden 73	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	48
Responden 74	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	53
Responden 75	4	4	4	5	5	4	3	4	5	4	4	4	4	54
Responden 76	4	2	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	5	47
Responden 77	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	52
Responden 78	4	2	4	4	2	2	3	5	1	5	2	5	5	44
Responden 79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	51

Responden 80	4	4	4	5	5	4	3	4	5	4	4	4	4	54
Responden 81	4	4	4	4	4	4	2	4	5	4	4	4	4	51
Responden 82	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	55
Responden 83	4	4	4	4	3	4	2	4	5	4	4	3	4	49
Responden 84	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	52
Responden 85	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5	53
Responden 86	5	5	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	55
Responden 87	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	51
Responden 88	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	53
Responden 89	4	4	4	4	4	4	3	3	5	3	4	4	4	50
Responden 90	4	4	4	4	4	4	2	4	5	4	4	4	4	51
Responden 91	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	52
Responden 92	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	50
Responden 93	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	52
Responden 94	4	4	4	4	4	4	2	4	5	4	4	4	4	51
Responden 95	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	51
Responden 96	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	53
Responden 97	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	52
Responden 98	4	4	4	5	5	4	3	4	5	4	4	4	5	55
Responden 99	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	54

LAMPIRAN 10

DOKUMENTASI PADA APOTEK MADINA PANYABUNGAN











KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepone (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : B-96/In. 14/G.6a/PP.00.9/03/2017

Padangsidimpuan, 21 Maret 2017

Tempat : -
Materi : *Permohonan Kesediaan Menjadi Pembimbing Skripsi*

Untuk :

Bapak/Ibu :
Nofinawati, MA
La'far Nasution, Lc., M.E.I

Padangsidimpuan
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang terhormat, disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa berdasarkan hasil sidang Tim Pengkajian dan Pembimbingan Judul Skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini sebagai berikut:

Nama : Seri Wahyuni
NIM : 13 230 0086
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : FEBI
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Obat di Apotek Madina Panyabungan.

Seiring dengan hal tersebut, kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu menjadi Pembimbing I dan Pembimbing II penelitian penulisan skripsi mahasiswa yang dimaksud dan dilakukan penyempurnaan judul bila-mana perlu.

Demikian kami sampaikan, atas kesediaan dan kerjasama yang baik dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih. *Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Demikian, ini kami sampaikan.

H. Fatmuddin Aziz Siregar, M.Ag
NIP. 19731128 200112 1 001

Ketua Jurusan
Muhammad Isa, ST., MM
NIP. 19800605 201101 1 003

PERNYATAAN KESEDIAAN SEBAGAI PEMBIMBING

~~BERSEDIA/TIDAK BERSEDIA~~
PEMBIMBING I

Nofinawati
Nofinawati, MA
NIP. 19821116 201101 2 003

~~BERSEDIA/TIDAK BERSEDIA~~
PEMBIMBING II

La'far Nasution
La'far Nasution, Lc., M.E.I



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T.Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Surat : B-111 /In.14/G/TL.00/9/2017

13 September 2017

Isi : Mohon Izin Riset

Perihal : Perihal Apotek Madina
Panyabungan

Tempat : Madina

Salasalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan
menyatakan bahwa:

Nama : Seri Wahyuni
NIM : 13 230 0086
Semester : IX (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan

adalah benar Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul
"Analisis Pengaruh Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Obat di
Apotek Madina Panyabungan)".

Sehubungan dengan itu, dimohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset dan
sesuai dengan maksud judul di atas.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.

Salasalamu'alaikum Wr.Wb.



Dekan,

Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag
NIP.19731128 200112 1 001

APOTEK MADINA PANYABUNGAN

Nomor : B-1111 /In. 14/G/TL.00/9/2017

19 September 2017

Lamp. : -

Tgl : Izin Riset

Yth;

Dekan Fakultas Ekonomi dan

Bisnis Islam

IAIN Padangsidempuan

di-

Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan hormat, Sesuai dengan surat Nomor : B- 1111/In. 14/G/TL.00/9/2017 tanggal 13 September 2017 perihal mohon Izin Riset atas nama:


Nama : Seri Wahyuni
Nim : 13 230 0086
Semester : IX (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan

Adalah benar diterima melaksanakan Riset di Toko Obat Apotek Madina dengan judul "Analisis Pengaruh Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Obat di Apotek Madina Panyabungan".

Demikian surat ini kami sampaikan untuk dipergunakan seperlunya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pimpinan,
Apotek Madina


DODI MARTUA Spd.