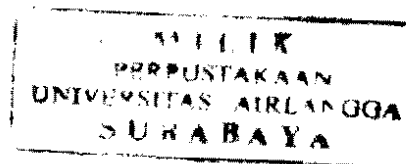


**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN ATAS  
ATRIBUT APOTEK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG  
PADA APOTEK KIMIA FARMA DI KOTAMADYA SURABAYA**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN  
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN**



**DIAJUKAN OLEH  
RADIX GUNARTA WICAKSANA  
NIM. 049711585 E**

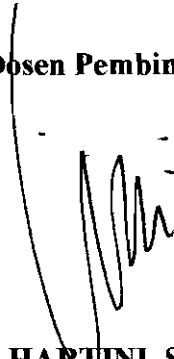


**KEPADA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
2002**

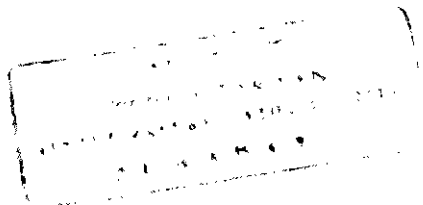
Surabaya, *12 Des 2002* .....

**Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji**

**Dosen Pembimbing**



**SRI HARJINI, SE, M.Si**



## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah atribut apotek berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang. Obyek penelitian ini adalah konsumen apotek Kimia Farma di Kotamadya Surabaya.

Variable bebas yang digunakan dalam penelitian ini ada lima, yaitu: kelengkapan, harga, lokasi, pelayanan, dan bukti Fisik. Sedangkan variable tergantung yang digunakan adalah keputusan pembelian ulang.

Jumlah kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 330 buah kuisisioner. Untuk menguji validitas alat ukur digunakan *Pearson Product Moment*, sedangkan untuk menguji reliabilitas digunakan *Alpha Cronbach*.

Model analisis regresi linier berganda yang dihasilkan dari hasil penelitian adalah :  $Y = -2,375 + 0,332.X_1 + 0,157.X_2 + 0,299.X_3 + 0,521.X_4 + 0,312.X_5$

Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,832 yang berarti hubungan antara variabel-variabel bebas yang terdiri dari kelengkapan ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), lokasi ( $X_3$ ), pelayanan ( $X_4$ ) dan bukti fisik ( $X_5$ ) terhadap variabel terikat yaitu pembelian ulang (Y) adalah positif dan sangat erat. Tanda positif artinya adalah variabel bebas tersebut memiliki hubungan yang searah dengan variabel terikatnya, maksudnya jika nilai atribut apotek Kimia Farma meningkat atau ditingkatkan maka akan mendorong peningkatan pembelian ulang (Y) di Apotek Kimia Farma.

Sedangkan nilai koefisien determinasi majemuk ( $R^2$ ) yang pada tabel di atas ditunjukkan pada kolom  $R_{square}$  adalah sebesar 0,692 atau 69,2%. Jadi perubahan atau variasi yang terjadi pada variabel terikat yaitu pembelian ulang (Y) 69,2%nya dipengaruhi atau dapat dijelaskan oleh perubahan atau variasi yang terjadi pada variabel-variabel bebas pada model penelitian ini. Sedangkan sisanya sebesar 30,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis diatas dapat disimpulkan bahwa kelengkapan, harga, lokasi, pelayanan, dan bukti fisik mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada apotek Kimia Farma di Kotamadya Surabaya. Apabila persepsi atas atribut apotek menurun, maka pembelian ulang juga akan menurun, begitu juga sebaliknya, apabila persepsi atas atribut apotek meningkat maka pembelian ulang juga akan meningkat.