JURNAL

PENGARUH CITRA TOKO, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APOTEK ALYA FARMA NGADILUWIH KEDIRI

THE INFLUENCE OF STORY IMAGE, SERVICE QUALITY, AND PRICE TO PURCHASE DECISION AT PHARMACY ALYA PHARMACY NGADILUWIH KEDIRI

Oleh:

DEWI ASRONIYATIN

13.1.02.02.0014

Dibimbing oleh :

1. **Dr.H.Samari, S.E.,M.M**
2. **Edy Djoko ,S.E.,M.M**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2017

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	: DEWI ASRONIYATIN
NPM	: 13.1.02.02.0014
Telepun/HP	: 085645872807
Alamat Surel (Email)	: dewiasrani93@gmail.com
Judul Artikel	: Pengaruh Citra Toko, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Apotek Alya Farma Ngadiluwih Kediri
Fakultas – Program Studi	: Ekonomi-Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	: Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat Perguruan Tinggi	: JL. KH Achmad Dahlan 76. Kota Kediri

Dengan ini menyatakan bahwa :

a. artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;
b. artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, 29 Juli 2017
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Dr. H. Samari, S.E., M.M NIP / NIDN : 071226201	Edy Djoko, S.E.,M.M NIP / NIDN : 0715106203	Dewi Asroniyatin NPM : 13.1.02.02.0014

PENGARUH CITRA TOKO, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APOTEK ALYA FARMA NGADILUWIH KEDIRI

Dewi Asroniyatin
13.1.02.02.0014
Ekonomi-Manajemen
dewiasrani93@gmail.com
Dr. H. Samari, S.E., M.M dan Edy Djoko, S.E.,M.M
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Semakin berkembangnya usaha dagang ternyata bermunculan usaha yang menyakinkan yaitu sebuah usaha apotek, dalam hal ini apotek termasuk usaha yang dapat bersaing didalam dunia bisnis akan tetapi tidak dapat dilupakan semakin hari akan semakin banyak bermunculan apotek lain yang akan memperketat persaingan dan tentunya hal ini membuat apotek harus dapat mempertahankan eksistensinya dalam segala aspek contohnya dalam dilihat dari aspek citra toko yang baik hal itu akan menimbulkan rasa yang percaya serta kualitas pelayanan yang seperti diharapakan para konsumen hal tersebut juga sangat mepengaruhi konsumen dalam memlakuakn pembelian dan juga harga adalah salah satu contoh aspek yang berpengaruh. Aspek tersebut dapat menjadi perhatian yang lebih karena dapat mempengaruhi keputusan konsumen maka dari itu banyak faktor-faktor yang menjadi pertimbangan konsumen seperti : citra toko, kualitas pelayanan dan harga.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah (1) Adakah pengaruh citra toko terhadap keputusan pembelian pada Apotek Alya Farma Ngadiluwih Kediri ? (2) Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Apotek Alya Farma Ngadiluwih Kediri ? (3) Adakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Apotek Alya Farma Ngadiluwih Kediri ? (4) Adakah pengaruh citra toko, kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Apotek Alya Farma Ngadiluwih Kediri ?

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah yang konsumen yang membeli produk pada apotek Alya Farma Ngadiluwih Kediri sebanyak 40 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner, wawancara dan study kepustakaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, uji t dan uji F dengan *software SPSS for windows* versi 23 .

Kesimpulan dari penelitian ini adalah (1) Ada pengaruh signifikan antara citra toko terhadap keputusan pembelian pada Apotek Alya Farma Ngadiluwih Kediri. (2) Ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Apotek Alya Farma Ngadiluwih Kediri. (3) Ada pengaruh signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian pada Apotek Alya Farma Ngadiluwih Kediri. (4) Ada pengaruh signifikan antara citra toko, kualitas pelayanan, dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Apotek Alya Farma Ngadiluwih Kediri.

KATA KUNCI : Citra Toko, Kualitas Pelayanan, Harga, Keputusan Pembelian

I. LATAR BELAKANG

Pada saat ini kemajuan dalam dunia usaha sudah sangat meningkat dan juga membawa dampak yang positif dalam bidang industri dagang dan jasa karena sangat berperan penting dalam dunia perekonomian saat ini, dimana jika perekonomian meningkat dapat membuat sebuah perubahan-perubahan yang berarti untuk masyarakat terutama dalam bidang ekonomi. Kerena nantinya dalam sebuah usaha industri jasa atau dagang para masyarakat dapat mengembangkan perekonomian yang telah ada menjadi lebih luas dan menjanjikan.

Dapat dilihat bahwa sesuatu dengan perkembangan zaman banyak sekali usaha yang bermunculan contohnya usaha toko atau ritel, sebuah usaha ritel memang usaha yang sangat bersaing. Hal ini memang menjadi sebuah acuan untuk pemilik perusahaan harus dapat mengembangkan usaha dengan cara memanfaatkan peluang dan mengidentifikasi kegiatan - kegiatan individu untuk mendapatkan perhatian tersendiri dari para masyarakat ataupun para konsumen. Banyak perusahaan yang ingin memenangkan persaingan pasti dengan cara memanfaatkan peluang bisnis yang ada serta berusaha menerapkan strategi pemasaran yang tepat bertujuan untuk menguasai pasar.

Sebuah usaha yang harus mendapat penangganan khusus dibanding usaha ritel yang lain adalah sebuah usaha apotek, usaha apotek adalah usaha yang harus benar-benar membutuhkan keahlian khusus. Dan pada zaman sekarang usaha tersebut sudah banyak yang mendirikan maka dari itu daya saing akan semakin tinggi pastinya pelaku usaha harus lebih meningkatkan kinerja, kuailtas pelayan ataupun harga yang sangat mempengaruhi keputusan pembelian.

Termasuk juga apotek Alya Farma disini telah menarik perhatian para konsumen karena mempunyai kelebihan dibanding apotek lain. Apotek Alya Farma berdiri bukan tanpa pesaing namun apotek Alya Farma mempunyai kelebihan-kelebihan tersendiri. Disini dapat dilihat disekitar apotek Alya Farma terdapat pesaing contohnya adalah apotek Er-Prima, apotek Liby, apotek Puriagi, apotek Brahma dan apotek Irma semua berada di Kecamatan Ngadiluwih. Namun dibandingkan apotek lain Alya Farma tetap menjadi pilihan meskipun tergolong apotek baru karena selain tepat berada dijantung Desa Tales Kecamatan Ngadiluwih apotek tersebut telah mampu mencuri citra toko yang baik, dan juga meskipun tenaga karyawan tidak sebanyak pesaing namun karyawan apotek Alya Farma sangat ramah, cepat dan tepat dalam memberi

pelayanan maupun informasi tentang produk dengan baik serta harga yang dinilai lebih terjangkau dibanding yang lain.

Kemampuan dalam bersaing memang tidak hanya didasari pada keahlian dan kemampuan melakukan kinerja secara kompetitif pelaku usaha harus mempertimbangkan beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Tugas pemasar adalah memahami perilaku pada setiap tahap keputusan pembelian. Sikap orang lain, faktor situsional yang tidak diantisipasi dan risiko anggapan semuanya mempengaruhi keputusan untuk membeli dan juga tingkat kepuasan produk pasca pembelian konsumen, pemakai, penyingkiran dan tindakan dari pihak perusahaan (Kotler dan Keller 2009:196).

Untuk memahami bagaimana konsumen benar-benar membuat keputusan pembelian pelaku usaha harus mengidentifikasi siapa saja yang mengambil keputusan dan mempunyai masukan dalam keputusan pembelian seperti : orang bisa menjadi pemicu, pihak yang mempengaruhi, pengambil keputusan, pembeli atau pengguna. Hal tersebut berkaitan dengan faktor-faktor lain yang bisa menjadi pemicu seseorang konsumen melakukan keputusan pembelian contohnya yaitu seperti citra toko, kualitas pelayanan dan harga.

Dapat dijelaskan mengenai citra toko itu sendiri karena pada dasarnya citra toko akan sangat mempengaruhi pemikiran para konsumen karena baik buruknya sebuah toko akan dinilai dari citra toko tersebut.

Sebuah toko memang memiliki kepribadian bahkan beberapa memiliki citra toko yang sangat jelas didalam benak konsumen. “Citra toko adalah kepribadian sebuah toko” Sopiah dan syaihubudhin (2008:138). Kepribadian atau image toko menggambarkan apa yang dilihat atau dirasakan oleh konsumen terhadap toko tertentu. Bagi konsumen kepribadian itu juga mewakil suatu gambaran yang utuh bagi peritel. Oleh karena itu peritel harus mampu mengetahui dan merancang apa yang diinginkan, dilihat dan dirasakan oleh konsumen terhadap toko tersebut. Maka apotek sangat perlu menerapkan citra toko yang baik kepada para konsumen agar konsumen yakin akan kepribadian apotek yang dapat dipercaya.

Selain citra toko ada kulitas pelayanan yang juga mepengaruhi sebuah keputusan pembelian. Kualitas pelayanan adalah permulaan dari sebuah kepuasan pelanggan. Pelanggan dalam menentukan kualitas pelayanan tidak hanya berdasarkan pada hasil suatu pelayanan tersebut akan

tetapi memperhatikan proses pemberian pelayanan yang dilakukan. Hal ini berarti bahwa kualias pelayanan sangat dipengaruhi oleh presepsi pelanggan, oleh karena itu perusahaan harus beruaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik agar dapat memenuhi bahkan melampaui kebutuhan pelanggan agar tercapai kepuasan konsumen sehingga selalu berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Menurut Ratnasari dan aska (2011:107) "Kualitas pelayanan" dapat didefinisikan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh). Maka sebuah pelaku usaha harus selalu meningkatkan pelayanan agar dapat memenuhi kepuasan pelanggan. Sehingga pelanggan merasa bahwa telah mendapat pelayanan yang seperti konsumen harapkan , dalam kualitas pelayanan dalam apotek dapat meliputi penataan barang pada etalase obat, kemudahan dalam proses pengambilan barang, penyerahan kepada konsumen ketika membeli dan bahkan setelah pelayanan berakhir merupakan pertimbangan yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu apotek. Semakin baik kualitas pelayanan maka konsumen dapat kembali untuk melakukan pembelian ulang.

Kemudian faktor lain yang juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah harga. Harga juga sangat berdominan menjadi bahan pertimbangan hal yang membuat konsumen terpengaruh untuk melakukan sebuah pembelian, karena konsumen akan memutuskan suatu transaksi pembelian jika dirasa harga yang ditawarkan sesuai dengan yang konsumen harapkan. Menurut Tjiptono (2012:151) " harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa. Pengertian ini sejalan dengan konsep pertukaran pemasaran.

Maka dari itu ada baiknya peritel menetapkan harga harus sesuai dengan manfaat atau kualitas barang sama dengan harga yang ditawarkan. Konsumen cenderung akan membeli ulang jika manfaat barang dan harga sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen tersebut. Pada dasarnya banyak sekali faktor yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian dapat dilihat dari berbagai pandangan para konsumen itu sendiri. Konsumen mempunyai presepsi sendiri dimanakah mereka akan berbelanja sebuah kebutuhan di toko ritel karena banyak pertimbangan.

Salah satu contoh yaitu apotek Alya Farma yang merupakan salah satu

apotek yang ada di Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri yang kehadiranya dapat memberikan kemudahkan bagi para masyarakat disekitar apotek tersebut. Keputusan pembelian yang diambil oleh konsumen berbeda setiap antar individu sehingga mengharuskan apotek lebih meningkatkan kinerja serta memberi kesan yang terbaik bagi pelangan. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kualias pelayaan yang terbaik untuk para konsumen, karena jika suatu pelayanan itu dapat di nilai berkualitas maka citra toko yang ada di apotek akan meningkat sesuai kinerja yang dilakukan oleh apotek Alya Farma, bukan hanya kualitas pelayanan ataupun citra toko sebuah penentuan strategi harga juga berpengaruh besar pada keputusan pembelian konsumen. Hal ini bertujuan agar tidak terjadi sebuah penurunan sebuah image toko yang buruk ataupun pelayanan yang buruk maka dari itu perlunya peningkatan hal-hal yang telah dijelaskan diatas.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Citra Toko, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Apotek Alya Farma Ngadiluwih Kediri"**

II. METODE DAN HASIL

Variabel Penelitian

1. Variabel Terikat *(dependent variabel)*

   Menurut Rahmat (2013:60) Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y).

2. Variabel bebas *(Independent Variabel)*

   Menurut Rahmat (2013:59) Variabel Bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah : Citra Toko (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), Harga (X_3).

Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2014:31) Definisi operasional variabel adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel dengan memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Definisi variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

   Keputusan pembelian konsumen merupakan seleksi terhadap dua pilihan atau lebih dengan perkataan lain, pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan.

Sebaliknya jika konsumen tersebut tidak mempunyai alternatif untuk memilih dan benar-benar terpaksa melakukan pembelian tertentu dan tindakan tertentu, maka keadaan tersebut bukan merupakan suatu keputusan.

Dengan Indikator keputusan pembelian ebagai berikut :

1) Pengenalan masalah (Y1)
2) Pencarian informasi (Y2)
3) Evaluasi alternatif (Y3)
4) Keputusan pembelian (Y4)
5) Perilaku setelah pembelian (Y5)

2. Citra Toko (X1)

Citra toko adalah pandangan atau presepsi masyarakat terhadap nama atau produk toko tersebut atau bisa juga diartikan sebagai penentu posisi toko secara efektif baik dari segi nilai, kualitas, harga atau citra toko sebagai kepribadian suatu toko.

Dengan Indikator Citra Toko menurut sebagai berikut :

1) Barang dagangan (X1.1)
2) Kenyamanan (X1.2)
3) Pelayanan (X1.3)
4) Atmosfer Toko (X1.4)

3. Kualitas Pelayanan (X2)

Kualitas Pelayanan adalah jika kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu, sedangkan jika kenyataan kurang dari yang diharapkan maka layanan dikatakan tidak bermutu dan apabila kenyataan sama dengan harapan maka layanan tersebut memuaskan. Kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa baik tingkat layana yang diberikan mampu sesuai dengan harapan pelanggan.

Dengan indikator kualitas pelayanan adalah sebagai berikut :

1) Bukti Fisik (X2.1)
2) Keandalan (X2.2)
3) Ketanggapan (X2.3)
4) Jaminan dan kepastian (X2.4)
5) Empati (X2.5)

4. Harga (X3)

Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang atau harga dapat diartikan sebagai sejumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (non moneter) yang mengandung untilitas kegunaan tertentu yag diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa.

Dengan indikator harga sebagai berikut :

1) Harga sesuai dengan manfaat (X3.1)
2) Presepsi harga dan manfat (X3.2)
3) Harga barang terjangkau (X3.3)
4) Persaingan harga (X3.4)
5) Kesesuaian harga dengan kualitasnya (X3.5)

Jenis Dan Pendekatan Penelitian

1. **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Menurut Rahmat (2013:38-39) penelitian kuantitatif adalah mementingkaan variabel-variabel sebagai objek penelitian dan variabel-variabel tersebut didefinisikan dalam bentuk operasional variabel masing-masing. Reliabilitas dan validitas merupakan syarat mutlak yang harus dipenuhi dalam menggunakan pendekatan ini.

Jadi Penelitian kuantitatif memerlukan hipotesis dan pengujian yang kemudian menentukan tahapan-tahapan berikutnya, seperti penentu teknik analisis dan formula statistik yang akan digunakan. Pendekatan ini pun lebih memberikan makna dalam hubungan dengan penafsiran angka statistik bukan makna secara kebahasan.

2. **Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan korelasional. Menurut Sekaran (2006:292) bahwa jenis penelitian korelasi atau korelasional merupakan suatu penelitian untuk mengetahui hubungan dan tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih tanpa ada upaya untuk mempengaruhi variabel tersebut sehingga tidak terdapat manipulasi variabel.

Maka dalam penelitian korelasi dapat diketahui bagaimana variabel yang satu berkaitan dengan variabel yang lain, dan diperoleh dengan menilai variasi dalam satu variabel sebagai variabel lain yang juga bervariasi. Melalui jenis penelitian korelasi maka akan diketahui hubungan antara variabel citra toko, kualitas pelayanan, dan harga terhadap keputusan pembelian pada apotek Alya Farma Ngadiluwih Kediri

Tempat Dan Waktu Penelitian

1. **Tempat Penelitian**

Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian pada Apotek Alya Farma yang terletak di Ds.Tales Dsn.Karanglo Kec.Ngadiluwih Kabupaten Kediri.

Peneliti memilih obyek ditempat ini dikarenakan ada beberapa masalah yang diteliti, citra toko termasuk masalah yang menarik untuk dijadikan suatu penelitian karena menjaga citra toko sangatlah penting kemudian kualitas pelayanan faktor pendukung yang juga harus diperhatikan serta harga yang bersaing juga harus dijaga oleh sebuah toko dan disini dapat diaplikasikan pada apotek Alya Farma.

2. Waktu penelitian

Penelitian ini akan dilakukan mulai dari tanggal 1 Maret 2017 hingga sampai 31 Agustus 2017. Dari awal dipersiapkanya penelitian dan sampai Penelitian Ini Berakhir.

Populasi Dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Menurut Rahmat (2013:113) Populasi adalah seperangkat unit analisis lengkap yang sedang diteliti. Sedangkan menurut Arikunto (2013:173) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian.

Jadi disimpulkan Populasi adalah seluruh ataupun seperangkat subjek yang ada adalah subjek penelitian. Dari data yang diperoleh dari Apotek Alya Farma maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen produk Apotek Alya Farma

2. Sampel

Menurut Rahmat (2013:114) Sampel yaitu sub dari seperangkat elemen yang dipilih untuk dipelajari. Menurut Sanusi (2014:87) sampel adalah sesuatu yang dijadikan kesatuan yang akan dipilih. Sampel yang baik adalah sampel yang dapat mewakili karakteristik populasinya yang menunjukkan oleh tingkat akurasi dan presisinya.

Jadi disimpulkan sampel adalah Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut yang sesuai dan telah ditentukan oleh peneliti karena telah memenuhi kriteria sebagai sampel.

Untuk penentuan jumlah sampel, peneliti berpedoman pada pendapat Sugiyono (2014:131) yang menyatakan bahwa ukuran sampel untuk penelitian sebagai berikut :

a. Ukuran sampel yang layak berkisar antara 30-500.
b. Bila sampel dibagi dalam katergori (misal pria, wanita, pegawai negeri-swasta) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
c. Bila dalam penelitian ini akan melakukan analisis multivariate (korelasi atau regresi linier berganda misalnya) maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang akan diteliti. Misalnya peneliti ada 4 (variabel bebas dan variabel terikat) maka jumlah anggota sampel 10 x 4 = 40
d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol maka jumlah anggota sampel masing-masing 10 s/d 20.

Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa disini peneliti menggunakan

ukuran sampel yang telah terpenuhi dengan variabel penelitian ada 4 variabel (variabel bebas dan variabel terikat) maka jumlah anggota sampel yang diambil peneliti 10 x 4 = 40, jadi sampel yang diambil ada 40 orang konsumen apotek Alya Farma Ngadiluwih Kediri.

3. Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti disini adalah jenis Pengambilan Sampel Bertujuan atau *(Purposive Sampling).* Menurut Sunyoto (2013:77) Pengambilan Sampel Bertujuan atau *(Purposive Sampling)* adalah pengambilan sampel metode ini terjadi ketika seseorang peneliti memilih anggota-anggota sampel untuk menyesuaikan diri dengan beberapa kriteria.

Jenis Pengambilan Sampel Bertujuan atau *(Judment Sampling)* termasuk dalam Metode *Non-Probabilitas Sampling* . Menurut Sunyoto (2013:75) *Non-Probabilitas Sampling* adalah metode menentukan jumlah sampel dan pemilihan anggota sampel tanpa memperhitungkan nilai peluang dan kemungkinan terpilihnya setiap anggota populasi.

Uji validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2011:52) Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut.

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel untuk *degree of freedom (df)* = n-2 dengan *alpha* 0,05. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid. Untuk hasil analisa dapat dilihat pada output uji reliabilitas pada bagian *corrected item total correlation*. Menurut Ghozali (2011:53) dalam pengambilan keputusan untuk menguji validitas indikatornya adalah :

a) Jika r hitung positif serta r hitung > r tabel maka butir atau variabel tersebut valid.
b) Jika r hitung tidak positif dan r hitung < r tabel mak butir atau variabel tersebut tidak valid

2. Uji Reliabilitas

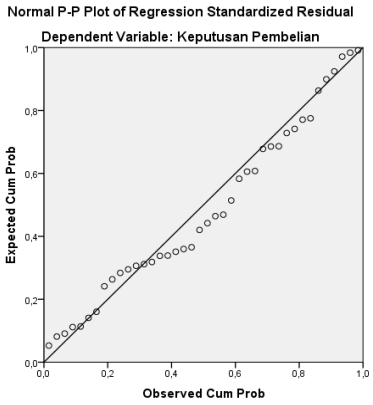
Menurut Gozali (2011:47) reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu

kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha (a)* > 0,60, dengan kriteria sebagai berikut :

a) Jika koefisien *cronbach alpha (a)* > 0,60 menunjukan reliabel.
b) Jika koefisien *cronbach alpha (a)* < 0,60 menunjukan tidak reliabel.

HASIL ANALISIS DATA

1. Hasil Uji Normalitas



Berdasarkan hasil uji normalitas pada gambar dengan menggunakan analisis SPSS versi 23 dapat disimpulkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas, menyatakan semua item pada kuisioner adalah valid karena jawaban responden tentang citra toko, kualitas pelayanan , harga dan keputusan pembelian menyebar diantara garis diagonal maka model regresi linier memenuhi normalitas.

2. Hasil Uji Multikolinearitas

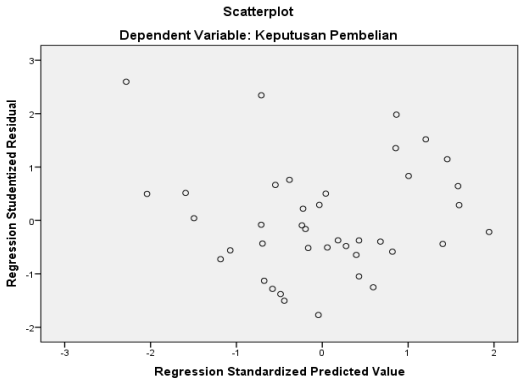
Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Citra Toko	,701	1,427
	Kualitas Pelayanan	,724	1,382
	Harga	,896	1,116

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Dapat diketahui bahwa seluruh variabel independen yaitu variabel Citra Toko (X1), Kualitas Pelayanan (X2) , Harga (X3) memiliki nilai Tolerance yang lebih besar dari 0,1 dan VIF yang lebih kecil dari 10. Dengan demikian dalam model ini tidak ada masalah multikolinieritas. Sehingga variabel independen tersebut tidak menunjukan adanya gejala multikoliniearitas (tidak ada hubungan yang kuat antara variabel independen dan variabel independen lainnya). Dengan demikian tidak terjadi pelanggaran asumsi multikoliniearitas pada model persamaan regresi.

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan hasil analisis data yang menggunakan SPSS versi 23 dengan hasil pengujian heteroskedastisitas pada gambar 4.3 menunjukan tidak terdapat pola yang jelas dari titik-titik tersebut. Hal ini ditunjukan dengan terlihat bahwa titi-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukan bahwa model regresi tidak memiliki gejala adanya heteroskodestisitas yang berarti tidak ada gangguan dalam model regresi ini. Diartikan bahwa data dari hasil jawaban responden tentang citra toko, kualitas pelayanan, harga tidak mempunyai penyimpangan data yang sama terhadap keputusan pembelian.

4. Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	3,15523	1,819

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan, Citra Toko

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel nilai DW (durbin Watson) yang dihasilkan adalah 1,819. maka dirumuskan : du < du < 4 – du. Nilai du = 1,659 sehingga 4 - Du = 4 – 1,659 = 2,341. Dapat disimpulkan nilai durbin watson (dw) terletak antara du sd 4 - du maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak ada autokorelasi.

5. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	-11,829	5,714	
	Citra Toko	,424	,161	,302
	Kualitas Pelayanan	,479	,148	,367
	Harga	,509	,124	,417

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel diatas 4.9 maka diapat persamaan regresi linier berganda sebagi berikut :

Y = a + b1 X1 + b2 X2 + b3 X3 + e

Y= -11,829 + 0,424 X1 + 0,479 X2 + 0,509 X3 + e

Dari persamaan tersebut diambiL kesimpulan :

a. Konstanta = -11,829

Jika variabel citra toko (X1), kualitas pelayanan (X2), harga (X3) = 0, Maka Keputusan Pembelian (Y) akan menjadi -11,829.

b. Koefisien citra toko (X1) = 0,424

Menyatakan setiap penambahan 1 satuan pada variabel citra toko (X1) dan variabel kualitas pelayanan (X2) dan harga (X3) tetap maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian (Y) akan menjadi 0,424.

c. Koefisien kualitas pelayanan (X2) = 0,479

Menyatakan Setiap penambahan 1 satuan variabel Kualitas pelayanan (X2) dan variabel citra toko (X1) dan harga (X3) tetap maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian (Y) akan menjadi 0,479.

d. Koefisien harga (X3) = 0,509

Menyatakan setiap penambahan 1 satuan variabel harga (X3) dan variabel citra toko (X1) dan kualitas pelayanan (X2) tetap maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian (Y) akan menjadi 0,509

6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,817[a]	,667	,639	3,15523	1,819

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan, Citra Toko
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisiss pada tabel diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,639 dengan demikian menunjukan bahwa citra toko (X1), kualitas pelayanan (X2), harga (X3) dapat menjelaskan keputusan pembelian sebesar 63,9% dan sisanya 36,1% dijelaskan variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

7. Uji Hipotesis

a. Hasil uji t

Coefficients[a]

Model		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)		-2,070	,046
	Citra Toko	,302	2,629	,012
	Kualitas Pelayanan	,367	3,242	,003
	Harga	,417	4,108	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

1. Berdasarkan hasil perhitungan pada SPSS dalam tabel diperoleh nilai t hitung 2,629 dan nilai signifikan adalah 0,012 pada variabel Citra Toko (X1). Hal ini menunjukan bahwa nilai signifikan uji t variabel citra toko 0,012 < 0,05 dan t hitung 2,629 > t tabel 2,021 yang berarti Ho ditolak dan Ha diterima. Citra toko (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).
2. Berdasarkan hasil perhitungan pada SPSS dalam tabel diperoleh nilai t hitung 3,242 dan nilai signifikan adalah 0,003 pada variabel Kualitas Pelayanan (X2). Hal ini menunjukan bahwa nilai signifikan uji t variabel Kualitas Pelayanan 0,003 < 0,05 dan t hitung 3,242 > t tabel 2,021 yang berarti Ho ditolak dan Ha ditrima. Kualitas pelayanan (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).
3. Berdasarkan hasil perhitungan pada SPSS dalam tabel 4.11 diperoleh t hitung 4,108 dan nilai signifikan 0,000 pada variabel Harga (X3). Hal ini menunjukan bahwa nilai signifikan uji t variabel Harga 0,000 < 0,05 dan t hitung 4,108 > t tabel 2,021 yang berarti Ho ditolak dan Ha diterima. Harga (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

b. Uji F-Test (Anova[a])

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	718,003	3	239,334	24,040	,000[b]
	Residual	358,397	36	9,955		
	Total	1076,400	39			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan, Citra Toko

Berdasarkan hasil perhitungan pada SPSS versi 23 dalam tabel 4.12 diperoleh nilai F hitung sebesar 24,040 dan nilai signifikan 0,000. Hal ini menunjukan bahwa nilai signifikan uji F variabel citra toko, kualitas pelayanan dan harga diperoleh nilai signifikan 0,000 < 0,05 dan F hitung 24,040 > F tabel 2,87 yang berarti Ho ditolak dan Ha diterima maka dapat dinyatakan varaibel independen yang meliputi Citra Toko (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Harga (X3) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

III. SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel citra toko, kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian dan untuk mengetahui pengaruh terbesar dari ketiga variabel independen tersebut. Dari rumusan masalah penelitian yang diajukan, maka analisis data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian adalah sebagai berikut :

1. Ada pengaruh signifikan antara citra toko terhadap keputusan pembelian pada Apotek Alya Farma Ngadiluwih Kediri. Hal ini menunjukan bahwa citra toko yang semakin bagus dan berkesan dibenak konsumen dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

2. Ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Apotek Alya Farma Ngadiluwih Kediri. Hal ini menunjukan bahwa jika kualitas pelayan ditingkatkan dan sesuai dengan harapan konsumen serta dapat memuaskan konsumen maka dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

3. Ada pengaruh signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian pada Apotek Alya Farma Ngadiluwih Kediri. Hal ini menunjukan bahwa jika harga dapat bersaing maka dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

4. Ada pengaruh signifikan antara citra toko, kualitas pelayanan, dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Apotek Alya Farma Ngadiluwih Kediri.

IV. DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsini.2013. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : PT.Rineka Cipta

Alma, Buchari.2009. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa.* Bandung : Alfabeta.

Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Progam SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro

Hasan, Ali.2013.*Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta : CAPS (Center For Academic Publising Share).

Kotler dan Keller .2009. *Manajemen Pemasaran Edisi Tigabelas Jilid 1*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.

Priyatno, Duwi. 2012. *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: Andi Offset.

Ratnasari dan Aska. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor : Ghalia Indonesia

Rahmat .2013. *Statistika Penelitian* . Bandung : CV Pustaka Setia

Sanusi, Anwar. 2014.. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono .2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.*Bandung: Alfabeta

Sunyoto, Danang.2013. *Metode dan Instrumen Penelitian, Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta : CAPS (Center For Academic Publising Share).

Sopiah dan syihabudin. 2008. *Bisnis Ritel*. Yogyakarta : Andi Offset

Schiffman, Leon.G. dan Kanuk, Leslie. 2008. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT. Indeks

Swastha dan Irawan.2008.*Manajemen Pemasaran Modern.* Yogyakarta: Liberty Offset..

Tjiptono, F. dan Chandra. 2012. *Strategi Pemasaran Jasa Edisi 2*. Yogyakarta : CV. Andi.

Utami, Christina W. 2014. *Manajemen Ritel : Stratei Dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern Di Indonesia. Edisi Kedua*. Jakarta. Salemba Empat.

Umar, Husein. 2009. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen.* Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

Bulele Ester Y.2016. Analisis Pengaruh Citra Toko, Kualitas Pelayanandan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Buku Gramedia Manado, (online), Hal 1-12, tersedia (https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/download/13235/12821) diunduh 21 April 2017

Fure, H. 2013. Lokasi, Keberagaman Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan manajemen Universitas Sam Ratulangi, Manado. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 4, Nomor 12, Desember 2015 (online) tersedia : https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/download/2023/1609 diunduh 14 April 2017

Fadmawati, Putri Mawar. 2014. Analisis Pengaruh Harga, Pelayanan, Lokasi Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Minimarket Andina, (online), Hal 1-17, tersedia (http://eprints.ums.ac.id/30293/23/NASKAH_PUBLIKASI.pdf) diunduh 20 april

Prakosa, Adi. 2013. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Abdul's Groub Semarang. *Journal Of Social and Politic*, (Online), Hal 1-10, tersedia: (http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php) diunduh 19 April 2017

Prasetyo, Widiyanto Bangun.2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dankepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan(Studi Pada Swalayan Luwes Purwodadi).(Online), Hal 1-13, tersedia : (http://eprints.dinus.ac.id/5069/1/12708.pdf) diunduh 20 April 2017