

ABSTRAK

Judul penelitian ini adalah “Analisis Kualitas Layanan Dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Di Apotek Enggal Sehat Bangorejo – Banyuwangi “ tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur tingkat kualitas layanan dan bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian di apotek enggal sehat bangorejo – banyuwangi metode yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan adalah mengukur dengan 5 indikator yang dijadikan variabel menurut Zeithaml, Parasuraman & Berry (2004) dan bauran pemasaran dengan 4 variabel. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden. Jenis data yang digunakan adalah penyebaran kuisioner sedangkan metode analisis data menggunakan analisis deskriptif kuantitatif, uji validitas, uji realibilitas, dan Regresi Linier Berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang merupakan dari konsumen apotek enggal sehat bangorejo - banyuwangi. Hal ini terlihat dari hasil pengukuran dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda diperoleh hasil bahwa *tangible* (berwujud), *reability* (kehandalan), *responsiviness* (ketanggapan), *empathy* (empati), *product* (produk), *price* (harga), dan *place* (tempat) merupakan variabel yang berpengaruh secara persial terhadap keputusan pembelian. dan *assurance* (jaminan), *promotion* (promosi) merupakan variabel yang tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Keputusan Pembelian, Bauran Pemasaran, Kualitas Layanan

ABSTRACT

The title of this research is "Analysis of Service Quality and Marketing Mix Against Purchasing Decisions at the Pharmacy Enggal Sehat Bangorejo - Banyuwangi." Service quality is measured by 5 indicators which are used as variables according to Zeithaml, Parasuraman & Berry (2004) and marketing mix with 4 variables. The sample used in this study were 100 respondents. The type of data used is questionnaire distribution, while the data analysis method uses quantitative descriptive analysis, validity test, reliability test, and multiple linear regression. The results of this study indicate that most of the respondents who are consumers of unhealthy pharmacies Bangorejo - Banyuwangi. This can be seen from the measurement results using the analyst of multiple linear regression showed that the tangible (tangible), reability (reliability), responsiveness (responsiveness), empathy (empathy), product (product), price (the price), and place (the place) is a variable that influences partially on purchasing decisions. and assurance (guarantee), promotion (promotion) is a variable that has no effect on purchasing decisions.

Keywords: Purchasing Decisions, Marketing Mix, Service Quality

