

ABSTRACT

VINARDO BEGUIRISTEN

1501020567

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY TOWARDS PURCHASING DECISION AT PT INDOMAS TIRTA KENCANA ABADI MEDAN

(xv+67 pages; 4 figures; 32 tables; 8 appendixes)

This study aims to analyze the effect of service quality towards purchasing decision at PT Indomas Tirta Kencana Abadi Medan PT Indomas Tirta Kencana Abadi (PT INTIKA) which was founded in 2012 is a distributor company engaged in the field of food (FMCG) and non food. PT INTIKA is the distributor for FMCG such as Interbis, Regal, Double Swallow Sun jelly powder, Barco Coconut Oil, Maknyuss & Ayam Jago Rice, Yeo's, King Fisher Sardines and non-food products such as Sensi diapers.

The object in this study was customer at PT Indomas Tirta Kencana Abadi period from January 2018 until Desember 2018 which amount 183 customers as population including repeat and non repeat customer. As a sample, writer take sample which amount 86 customers with purposive sampling with criteria the customer must have done the transaction more than three times transaction in 2018.

Based on the analysis that has been made the results which are the coefficient of correlation is 0.826 which means that there is positive and strong relationship between service quality and purchase decision. The coefficient of determination is 0.682 which means that purchase decision can be explained by service quality in amount of 68,2% and simple linear regression analysis is $Y = 7.170 + 0.835 X$. It indicates that each increasing service quality in 1 unit, then purchase decision variable with increase in amount of 0.835.

Based on Z-test compared to Z_{table} ($7,615 > 1,96$). Thus, hypothesis alternative (H_a) is accepted that service quality has effect towards purchasing decision at PT Indomas Tirta Kencana Abadi Medan. As a recommendation for company must providing good service and responsiveness to customers and improve their quality of service to customer.

Keywords: Service quality, Purchasing Decision, Customer Satisfaction

References : 31

ABSTRAK

VINARDO BEGUIRISTEN

00000018150

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AT PT INDOMAS TIRTA KENCANA ABADI MEDAN

(xv+67 pages; 4 figures; 32 tables; 8 appendixes)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada PT Indomas Tirta Kencana Abadi Medan PT Indomas Tirta Kencana Abadi (PT INTIKA) yang didirikan pada tahun 2012 adalah perusahaan distributor yang bergerak di bidang makanan dan non makanan. PT INTIKA adalah distributor untuk barang konsumen yang bergerak cepat seperti Interbis, Regal, Double Swallow Sun jelly powder, Minyak Kelapa Barco, Maknyuss & Nasi Ayam Jago, Yeo's, King Fisher Sarden dan produk non-makanan seperti popok Sensi.

Objek dalam penelitian ini adalah pelanggan PT Indomas Tirta Kencana Abadi periode Januari 2018 hingga Desember 2018 yang berjumlah 183 pelanggan sebagai populasi termasuk pelanggan tetap dan tidak berulang. Sebagai sampel, penulis mengambil sampel yang berjumlah 86 pelanggan dengan purposive sampling dengan kriteria pelanggan harus melakukan transaksi lebih dari tiga kali transaksi pada tahun 2018.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan maka hasil koefisien korelasinya adalah 0,826 yang berarti ada hubungan positif dan kuat antara kualitas pelayanan dan keputusan pembelian. Koefisien determinasi adalah 0,682 yang berarti bahwa keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh kualitas layanan sebesar 68,2% dan analisis regresi linier sederhana adalah $Y = 7,170 + 0,835 X$. Ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan dalam 1 unit, maka variabel keputusan pembelian mengalami peningkatan sebesar 0,835

Berdasarkan Z-test dibandingkan dengan Ztable ($7,615 > 1,96$), dengan demikian, hipotesis alternatif (H_a) diterima bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di PT Indomas Tirta Kencana Abadi Medan. Sebagai rekomendasi bagi perusahaan harus memberikan layanan yang baik dan responsif kepada pelanggan dan meningkatkan kualitas layanan mereka kepada pelanggan.

Kata kunci: *Kualitas layanan, Keputusan Pembelian, Kepuasan Pelanggan*

References : 31