

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *service quality* dan *information quality* terhadap keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan, serta untuk menganalisis keputusan pembelian terhadap kepuasan pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen Apotek Kimia Farma Kota Jambi. Ukuran sampel dalam penelitian ini mengacu pada teori yang dikemukakan oleh Hair dkk (2017) yang merekomendasikan jumlah sampel minimal adalah 4 kali dari jumlah item pertanyaan yang terdapat dikuesioner, sehingga jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 132 responden. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey dan menggunakan analisis data *Partial Least Square* (PLS). Namun sebelum analisis, terlebih dahulu dilakukan uji *outer model* melalui uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya melakukan uji Inner Model melalui uji R-Square (*Coefficient of determination*), dan F-Square (f^2 effect size). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Service Quality* dan *Information Quality* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, kemudian *Service Quality*, *Information Quality* dan keputusan pembelian memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Apotek Kimia Farma di Kota Jambi. Hal ini menjelaskan bahwasanya jika Apotek Kimia Farma mampu *Service Quality* dan *Information Quality* yang baik, maka akan dapat meningkatkan keputusan konsumen untuk berbelanja pada Apotek Kimia Farma. Kemudian selanjutnya apabila barang yang dibeli tersebut sesuai dengan harapan konsumen, serta memenuhi hasrat konsumen maka akan berdampak pada suatu tingkat kepuasan bagi konsumen.

Kata Kunci: Service Quality, Information Quality, Keputusan Pembelian, dan Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of service quality and information quality on purchasing decisions and customer satisfaction, as well as to analyze purchasing decisions on customer satisfaction. The population in this study is Kimia Farma drugstore Consumers in Jambi City. The sample size in this study refers to the theory proposed by Hair et al. (2017) which recommends a minimum sample size of 4 times the number of question items contained in the questionnaire, so that the number of samples taken in this study was 132 respondents. The approach in this study uses a quantitative approach with survey methods and uses Partial Least Square (PLS) data analysis. However, before the analysis, the outer model is tested through validity and reliability tests. Next, test the Inner Model through the R-Square test (Coefficient of determination), and the F-Square (f^2 effect size). The results showed that Service Quality and Information Quality had an influence on purchasing decisions, then Service Quality, Information Quality and purchasing decisions had an influence on consumer satisfaction at Kimia Farma drugstore in Jambi City. This explains that if Kimia Farma drugstore is capable of good Service Quality and Information Quality, it will be able to increase consumer decisions to shop at Kimia Farma drugstore. Then furthermore, if the goods purchased are in accordance with consumer expectations, and fulfill consumer desires, it will have an impact on a level of satisfaction for consumers.

Keywords: Service Quality, Information Quality, Purchase Decision, and Customer Satisfaction.