

ABSTRAK

PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN, DISTRIBUSI DAN *PERSONAL SELLING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT MULTI MEDIKA LABOLATORY

Elfina Antonny

Program Studi Manajemen, Universitas Prima Indonesia

PT Multi Medika Labolatory merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang distributor alat-alat laboratorium Tujuan dari penelitian ini adalah menguji dan menganalisis pengaruh Kepuasan Pelanggan, Distribusi dan Personal Selling terhadap Keputusan Pembelian pada PT Multi Medika Labolatory. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 208 pelanggan. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 68 pelanggan. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Hasil pengujian secara parsial diperoleh nilai thitung > ttabel atau $3,710 > 1,998$ dan signifikan yang diperoleh $0,000 < 0,05$, berarti bahwa Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Multi Medika Labolatory. Hasil pengujian secara parsial diperoleh nilai thitung > ttabel atau $2,675 > 1,998$ dan signifikan yang diperoleh $0,009 < 0,05$, berarti Distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Multi Medika Labolatory. Hasil pengujian secara parsial diperoleh nilai thitung > ttabel atau $3,173 > 1,998$ dan signifikan yang diperoleh $0,002 < 0,05$, berarti Personal Selling berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Multi Medika Labolatory. Hasil pengujian secara simultan diperoleh nilai $F_{hitung} (18,398) > F_{tabel} (2,75)$ dan probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$, berarti Kepuasan Pelanggan, Distribusi dan *Personal Selling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Multi Medika Labolatory.

Kata kunci: Kepuasan Pelanggan, Distribusi, *Personal Selling*, Keputusan Pembelian