

INTISARI

AINI, A.N., 2015, ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH PADA KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI OBAT DI APOTEK “DRAJAT FARMA GENTENG BANYUWANGI”, SKRIPSI, FAKULTAS FARMASI, UNIVERSITAS SETIA BUDI, SURAKARTA.

Persaingan antar apotek yang semakin kompetitif membuat apotek harus menentukan strategi yang tepat dalam melayani kebutuhan konsumen. Sehingga perlu diketahui faktor-faktor apa saja yang berpengaruh pada keputusan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari faktor individu, faktor lingkungan, faktor komunikasi pemasaran, faktor pelayanan, dan faktor ketersediaan obat pada keputusan konsumen dalam membeli obat di Apotek Drajat Farma “Genteng”.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang diberikan pada 299 konsumen dengan metode *purposive sampling* di Apotek Drajat Farma “Genteng”. Data dari korelasi antara variabel bebas (faktor individu, faktor lingkungan, faktor komunikasi pemasaran, faktor pelayanan, dan faktor ketersediaan obat) dengan variabel tergantung (keputusan konsumen) dianalisis dengan analisis regresi linier sederhana dan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor individu, faktor lingkungan, faktor komunikasi pemasaran, faktor pelayanan, dan faktor ketersediaan obat secara signifikan berpengaruh pada keputusan konsumen, dan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen sebesar 41,0%. Variabel komunikasi pemasaran memberikan pengaruh paling besar terhadap keputusan konsumen dibandingkan dengan variabel lainnya di Apotek Drajat Farma Genteng dengan korelasi sebesar 0,574.

Kata kunci : Keputusan konsumen, membeli obat di apotek.

ABSTRACT

AINI, A.N., 2015, ANALYSIS OF THE FACTORS THAT INFLUENCE THE CONSUMER'S DECISION TO BUY DRUGS AT PHARMACIES "DRAJAT FARMA GENTENG BANYUWANGI", SKRIPSI, FACULTY OF PHARMACY, UNIVERSITY OF SETIA BUDI, SURAKARTA.

The competition between pharmacy increasingly competitive makes pharmacies must determine the right strategy in serving the needs of consumers. so that the necessary understanding of the factors that influence the consumer decision. This study aimed to analyzing the influence of individual factors, environmental factors, factors of marketing communications, service factor, and the availability of drugs on the consumer's decision to purchase drugs at pharmacies Drajat Farma Genteng.

This study was conducted using questionnaires given to 299 consumers with *purposive sampling* method in Pharmacy Drajat. Data from the correlation between the independent variables (individual factors, environmental factors, factors of marketing communications, service factor, and the availability of drugs) with the dependent variable (consumer decision) were analyzed by simple linear regression analysis and multiple regression analysis.

The result showed that individual factors, environmental factors, factors of marketing communications, service factors, and the availability of drugs significantly affect consumer decisions of 41.0%. Variable marketing communications provide the most impact on consumer decisions compared to other variables in the Pharmacy Drajat Farma "Genteng" with a correlation of 0.574.

Keywords : Consumer's decisions, buy drugs at pharmacies.