

## ABSTRAK

Skripsi ini membahas persaingan pemasaran yang memberikan dampak kepada kepercayaan dan kepuasan pelanggan yang dapat menciptakan loyalitas pembeli kepada penjual produk kesehatan antara outlet jenis apotek dan toko obat. Data yang diperoleh melalui hasil interview sebanyak 96 pelanggan yang sedang melakukan transaksi dimasing-masing jenis outlet apotek dan toko obat, yang berada di area Tanjung Duren, Jakarta Barat. Tehnik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan convenience sampling, sedangkan alat analisa yang digunakan adalah chi kuadrat.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan pada dimensi harga jual ke konsumen yang dilakukan kedua jenis outlet apotek dan toko obat terhadap kepercayaan konsumen dan kepuasan konsumen. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian pada organisasi selain apotek dan toko obat, dengan lingkup penelitian diperluas.

Kata kunci : kepercayaan konsumen, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA