

ABSTRACT

The growth of the pharmaceutical industry as a producer of drugs in Indonesia has continued to increase in recent years, increasingly illustrating the Pharmaceutical industry is experiencing a phase where there is significant growth triggered by the increasing population of Indonesia, which directly increases domestic Pharmaceutical consumption. In addition there is also a National Health Insurance (JKN) program which is a government program that is expected by all Indonesian residents in 2019 to be registered to enter the JKN. This study aims to analyze the factors that influence purchasing decisions of consumers of pharmaceutical products at Apotek Kimia Farma. The analytical method used is multiple regression to see the effect of price, service quality, product availability and brand image on purchasing decisions. The research respondents consisted of consumers who had made transactions at Apotek Kimia Farma outlets as many as 96 people. The regression test results reveal that service quality variables and brand image influence purchasing decisions, with brand image variables that have the most influence on purchasing decisions.

Keywords: *purchasing decisions, brand image, service quality, multiple regression.*



ABSTRAK

Pertumbuhan industri Farmasi sebagai penghasil obat-obatan di Indonesia terus menerus meningkat dalam beberapa tahun terakhir makin menggambarkan industri Farmasi sedang mengalami fase dimana adanya pertumbuhan yang signifikan yang dipicu oleh meningkatnya jumlah populasi masyarakat Indonesia, yang secara langsung meningkatkan konsumsi Farmasi domestik. Selain itu terdapat juga program Jaminan Kesehatan Nasional (JKN) yang merupakan program pemerintah yang diharapkan semua penduduk Indonesia pada tahun 2019 sudah terdaftar untuk masuk kedalam JKN tersebut,. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian para konsumen produk farmasi di Apotek Kimia Farma. Metode analisis yang digunakan adalah regresi berganda untuk melihat pengaruh dari harga, kualitas layanan, ketersediaan produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Responden penelitian terdiri dari para konsumen yang sudah melakukan transaksi di outlet Apotek Kimia Farma sebanyak 96 orang. Hasil uji regresi mengungkapkan bahwa variabel kualitas layanan dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dengan variabel citra merek yang memiliki pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: keputusan pembelian, citra merek, kualitas layanan, regresi berganda,.

