



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR
YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN DOKTER
DALAM MERESEPKAN PRODUK *ETHICAL* FARMASI
STUDI KASUS DI KOTAMADYA JAKARTA BARAT**

KARYA AKHIR

OLEH

**INDRA PRAYITNO
55106110-056**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2009**



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR
YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN DOKTER
DALAM MERESEPKAN PRODUK *ETHICAL* FARMASI
STUDI KASUS DI KOTAMADYA JAKARTA BARAT**

KARYA AKHIR

**Diajukan sebagai Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program
Pascasarjana Program Magister Manajemen**

OLEH

**INDRA PRAYITNO
55106110-056**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
2009**

ABSTRACT

Background: Pharmacy is a hyper competitive industrial that the proper marketing strategy must be designed to win the competition, therefore it is necessary to find out factors that influence the decision of buying pharmacy ethical products by the Doctors. The title of the research “Analysis of factors that influence the decision of buying pharmacy ethical products by doctors”.

Method: The type of this research is an explanatory (Associative). The objects of the research are the customers of pharmacy ethical products. In this research the objects of the research are doctors with the area of works is Jakarta Barat (West Jakarta). The number of samples is 307, with the sample gathering method is Non Probability Sampling, the method used is Convenience Sampling.

The result and analysis: Based on factor of Analysis test: there are 7 factors that are formed, they are: (1). Personal Relation, formed from 3 indicators: Routines of visiting, Sponsorship, Trust, variable that has strong relation with the formed factors is routines of visiting, (2). Information & Cooperation, are formed from 4 indicators: Discount Cash/Cash Money, Seminary, Exhibition, Printed Media Advertising, variable that has strong relation with the formed factors is Discount Cash/Cash Money. (3). Behavior, formed from 3 indicators: Good Relation, Ethics, Empathy, variable that has strong relation with formed factor is: Good Relation. (4) Purchasing Power, formed from 3 indicators: Cheap Price, Comparison of Price and Quality, Comparison of Price and Benefit, variable that has strong relation with the formed factor is Cheap Price. (5). Reliability, formed from 4 indicators: Affectively, Side Effect, Quality, Comparison of Quality and Price, variable that has strong relation with formed factor is Affectivity. (6). Additional Attribute, formed from 6 indicators: Completeness of Data, Promotion Gift, Easiness of Usage, Sample of Products, Comparison of Benefit to Price, Time Accuracy of Delivery, variable that has strong relation with formed factor is Completeness of Data. (7). Availability, formed from 4 indicators: Availability in the Drug Store, the Availability in the Hospital, the Availability in the Dispensary, Delivery Service, variable that has strong relation with formed factor is: The Availability in the Drug Store.

Based on the hypothesis test (t test) and (F test) that there are significant influences partially as well as simultaneously between Personal Relation, Information & Cooperation, Behavior, Purchasing Power, Reliability, Additional Attribute, and The Availability upon the Decision of Purchasing.

Based on multiple linear regression tests, it can be concluded that all variables have the influences upon the decision of purchasing, with various regression coefficient values. Dominant variables in this research are Information and Cooperation variables.

Conclusion and recommendation: Seeing from the result of Factor Analysis, hence 7 formed variables can be used as consideration in the application of marketing strategy by the focused point are Information & Cooperation that are dominant variables.

ABSTRAK

Latar belakang: Industri farmasi merupakan industri yang *hyper competitive* sehingga strategi pemasaran yang tepat harus dirancang untuk memenangkan persaingan, maka perlu dicari faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan persepan. Judul penelitian “analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan Dokter dalam meresepkan produk *ethical* farmasi.

Metode: Penelitian ini merupakan jenis penelitian *explanatory* (Asosiatif). Objek penelitian adalah Dokter dengan area kerja di kotamadya Jakarta Barat. Jumlah sampel 307 orang, dengan metode pengambilan sampel *Non Probability Sampling* metode yang digunakan adalah *Convenience Sampling*

Hasil dan pembahasan: Berdasarkan uji Analisis faktor: terdapat 7 faktor yang terbentuk yaitu, (1).Hubungan Pribadi, terbentuk dari 3 indikator: Rutinitas kunjungan, Sponsorship, Kepercayaan, variable yang memiliki hubungan yang kuat dengan faktor yang terbentuk adalah: Rutinias kunjungan. (2).Informasi & Kerjasama, terbentuk dari 4 indikator: *Discount cash/cash money*, Seminar, Pameran, Iklan media cetak, variable yang memiliki hubungan yang kuat dengan faktor yang terbentuk adalah: *Discount cash/cash money*. (3).Perilaku, terbentuk dari 3 indikator: Hubungan baik, Etika, Empati, variable yang memiliki hubungan yang kuat dengan faktor yang terbentuk adalah: Hubungan baik. (4).Daya Beli, terbentuk dari 3 indikator: Harga yang murah, Perbandingan harga vs kualitas, Perbandingan harga vs manfaat, variable yang memiliki hubungan yang kuat dengan faktor yang terbentuk adalah: Harga yang murah. (5).Kehandalan, terbentuk dari 4 indikator: Efektivitas, Efek samping, Kualitas, Perbandingan kualitas vs harga, variable yang memiliki hubungan yang kuat dengan faktor yang terbentuk adalah: Efektivitas. (6).Atribut Tambahan, terbentuk dari 6 indikator: Kelengkapan data, *Promotion gift*, Kemudahan Penggunaan, Sampel produk, Perbandingan manfaat vs harga, Ketepatan waktu pengantaran, variable yang memiliki hubungan yang kuat dengan faktor yang terbentuk adalah: Kelengkapan data. (7).Ketersediaan, terbentuk dari 4 indikator: Ketersediaan di toko obat, Ketersediaan di rumah sakit, Ketersediaan di apotek, Jasa layanan pengantaran, variable yang memiliki hubungan yang kuat dengan faktor yang terbentuk adalah: Ketersediaan di toko obat.

Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t) dan (uji F) bahwa terdapat pengaruh secara signifikan baik secara parsial maupun simultan antara Hubungan Pribadi, Informasi & Kerjasama, Perilaku, Daya Beli, Kehandalan, Atribut Tambahan, Ketersediaan terhadap Keputusan Persepan.

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda, dapat disimpulkan bahwa semua variabel memiliki pengaruh terhadap keputusan persepan, dengan nilai koefisien regresi yang bervariasi. Variabel dominan pada penelitian ini adalah variabel Informasi & Kerjasama

Kesimpulan dan rekomendasi: Bila dilihat dari hasil Analisa Faktor maka 7 variabel yang terbentuk dapat dijadikan pertimbangan dalam penerapan strategi pemasaran dengan titik fokus pada variabel Informasi & Kerjasama yang merupakan variabel dominan.

PENGESAHAN KARYA AKHIR

Judul : **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Dokter Dalam Meresepkan Produk *Ethical* Farmasi Studi Kasus Di Kotamadya Jakarta Barat**

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Indra Prayitno

N I M : 55106110-056

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : Maret 2009

Mengesahkan

Ketua Program Studi Magister Manajemen

Dr., Ir. Har Adi Basri, MEc.

Pembimbing Utama

Pembimbing II

Dr., Ir. Mustika S.Purwanegara, MSc.

Rina Astini, SE., ME

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Karya Akhir ini :

Judul : **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Dokter Dalam Meresepkan Produk *Ethical* Farmasi Studi Kasus Di Kotamadya Jakarta Barat**

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Indra Prayitno

N I M : 55106110-056

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : Mei 2007

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, Maret 2009

Indra Prayino

KATA PENGANTAR

Assalumu'alaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena hanya dengan rahmat-Nya tugas akhir dengan judul “**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Dokter Dalam Meresepkan Produk *Ethical* Farmasi Studi Kasus Di Kotamadya Jakarta Barat**” ini dapat disusun.

Tugas Akhir ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Pascasarjana Program Magister Manajemen, Universitas Mercubuana , Jurusan Manajemen Pemasaran.

Dalam Kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Har Adi Basri, MEd , selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen.
2. Bapak Endi Rekarti, SE, ME, selaku Sekretaris Program Magister Manajemen.
3. Ibu Dr. Ir. Mustika S.Purwanegara, MSc, selaku Dosen Pembimbing Utama dalam penyusunan karya akhir ini.
4. Ibu Rina Astini, SE, ME. selaku Dosen Pembimbing II dalam penyusunan karya akhir ini.
5. Bapak Dr. Ir. Alugoro Mulyowahyudi, MSc, selaku Dosen Penguji, yang telah memberikan saran dan kritik pada karya akhir ini.
6. Bapak/Ibu dosen Program Magister Manajemen Universitas Mercubuana, yang telah membekali penulis dengan berbagai disiplin ilmu.

7. Staff dan Karyawan Universitas Mercubuana, yang telah membantu selama studi.
8. Keluarga tercinta, yang tiada henti memberikan dorongan dan doa kepada penulis.
9. Semua teman-teman yang telah memberikan semangat, dorongan moral dan spiritual selama pengerjaan karya akhir ini.
10. Untuk sumber motivasi dan inspirasi <Rhienie>.

Semoga amal kebaikan yang telah diberikan kepada penulis, mendapatkan imbalan yang setimpal dari Allah SWT.

Sebagai penutup, penyusun menyadari bahwa masih banyak kesalahan dan kekurangan dalam karya akhir ini. Saran dan kritik membangun senantiasa penyusun nantikan guna penyempurnaan karya akhir ini selanjutnya.

Semoga karya akhir ini bermanfaat bagi penyusun khususnya, dan bagi para pembaca pada umumnya.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Jakarta, Maret 2009

Penulis

Indra Prayitno

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL LUAR	i
HALAMAN JUDUL DALAM	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR GRAFIK	iv

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian	2
1.3. Batasan Masalah	2
1.4. Tujuan Penelitian	2
1.5. Manfaat Penelitian	3

BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

2.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	7
.....	7
2.1.1. Industri Farmasi Secara Umum	7
2.1.1.1. Sistem Pemasaran Industri Farmasi	8
2.1.1.2. Sistem Distribusi Industri Farmasi	8
2.1.1.3. Potensi Industri Farmasi Di Indonesia	15
2.1.1.4. Produk <i>Ethical</i> Industri Farmasi	16
2.1.2. Jakarta Barat Secara Umum

BAB III KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PENELITIAN,

DAN HIPOTESA	23
3.1. Kajian Pustaka	23
3.1.1. Pemasaran	23
3.1.1.1. Arti Penting Pemasaran	25
3.1.1.2. Pengertian Pemasaran	26
3.1.2. Perilaku Konsumen Dan Keputusan Pembelian	26
3.1.2.1. Pentingnya Mempelajari Perilaku Konsumen	28
3.1.2.2. Pengertian Perilaku Konsumen	31
3.1.2.3. Model Perilaku Konsumen	32
3.1.2.4. Peran Konsumen Dalam Pembelian	33
3.1.2.5. Proses Keputusan Pembelian	40
3.2. Kerangka Pemikiran	41

3.3. Hipotesis Penelitian	
BAB IV METODOLOGI PENELITIAN	42
4.1. Tipe Penelitian	42
4.2. Objek Penelitian	42
4.3. Waktu Dan Lokasi Penelitian	43
4.4. Populasi Dan Sampel	44
4.5. Sumber Data	44
4.6. Metode Pengumpulan Data	45
4.7. Metode Pengukuran Data	46
4.8. Reliabilitas Instrumen	47
4.9. Definisi Operasional	51
4.10. Metode Analisis Data	
BAB V HASIL DAN ANALISIS	55
5.1. Karakteristik Responden	55
5.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Spesialisasi	
5.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pasien Per Hari	56
5.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Nilai Resep Setiap Pasien	57 58
5.2. Rekapitulasi Quetionery	
5.2.1. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Dokter Dalam Meresepkan	
	58

Produk <i>Ethical</i> Farmasi (X)	
5.2.2. Keputusan Dokter Dalam Meresepkan Produk	67
<i>Ethical</i> Farmasi (Y)	75
5.3. Uji Reliabilitas	76
5.4. Analisis Faktor	83
5.5. Uji Hipotesis Dan Analisis Regresi Linier Berganda	84
5.5.1. Uji Hipotesis	84
5.5.1.1. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T)	87
5.5.1.2. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	88
5.5.2. Analisis Regresi Linear Berganda	
BAB VI KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	91
6.1. Kesimpulan	95
6.2. Rekomendasi	
	98
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	101
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pasar Industri Farmasi Indonesia	2
Tabel 2.1 Mata Pencaharian	19
Tabel 2.2 Data Rumah Sakit	21
Tabel 2.3 Data Apotek	22
Tabel 5.1 Hasil Uji Reliabilitas	75
Tabel 5.2 KMO and <i>Bartlett's Test</i>	76
Tabel 5.3 <i>Anti-Image Corelations</i>	77
Tabel 5.4 <i>Communalities Variabel</i>	78
Tabel 5.5 Total Variance Explained	79
Tabel 5.6 <i>Component Matrix(a) Variabel</i>	80
Tabel 5.7 Ringkasan Analisis Faktor Variabel	81
Tabel 5.8 Ringkasan Hasil Regresi Variabel Penelitian	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Pamasaran Industri Farmasi	7
Gambar 2.2 Proses Distribusi Industri Farmasi	8
Gambar 2.3 Peta Wilayah Kotamadya Jakarta Barat	18
Gambar 3.1 Model Perilaku Konsumen	31
Gambar 3.2 Proses keputusan Pembelian	33
Gambar 3.3 Peran Konsumen	35
Gambar 3.4 <i>Influence on the Consumer Purchase Decision Process</i>	39
Gambar 3.5 Kerangka Pemikiran Penelitian	40
Gambar 3.6 Hipotesis Penelitian	41

DAFTAR GRAFIK

Grafik 2.1 Penjualan Industri Farmasi	9
Grafik 2.2 Perbandingan Pasar	10
Grafik 2.3 Pasar Farmasi ASEAN	11
Grafik 2.4 Konsumsi Obat Perkapita ASEAN	12
Grafik 2.5 Penjualan Produk <i>Ethical</i> & OTC	15
Grafik 5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Spesialisasi	55
Grafik 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pasien	56
Grafik 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Nilai Resep	57
Grafik 5.4 Persentase dari Tanggapan Responden Tentang Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Dokter dalam Meresepkan Produk <i>Ethical</i> Farmasi (X)	58
Grafik 5.5 Mean dari Tanggapan Responden Tentang Faktor yang Mempengaruhi keputusan Dokter dalam Meresepkan Produk <i>Ethical</i> Farmasi (X)	65
Grafik 5.6 Persentase Tanggapan Responden Tentang Keputusan Dokter dalam Meresepkan Produk <i>Ethical</i> Farmasi (Y)	67
Grafik 5.7 Mean dari Tanggapan Responden Tentang Keputusan Dokter dalam Meresepkan Produk <i>Ethical</i> Farmasi (Y)	74