

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine and analyze the "Effect of Product, Price, Distribution, Promotion, Brand Image, and Process, on physician prescribing decisions to prescribe Medicinal Herbs standardized PT Nutrindo Grahahusada Utama". The research data was collected from December 10th, 2015 to February 10th, 2016. The methods used by convenience sampling method, the number of samples studied were 94 respondents. The analytical method used in this research is using SPSS version 20. The results showed that, ; promotion positive and significant, price positive and significant, distribution positive and significant, product positive and significant, impact on physician prescribing decisions to prescribe Medicinal Herbs standardized PT Nutrindo, brand image and process negative and not significant to physician prescribing decisions to prescribe Medicinal Herbs standardized PT Nutrindo, promotion, price, distribution, product, brand image, and process positive and significant impact on physician prescribing decisions to prescribe Medicinal Herbs standardized PT Nutrindo Grahahusada, Utama simultaneously.

Keywords: product, price, distribution, promotion, brand image, process, and physician prescribing decisions



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menguji dan menganalisis “Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, Promosi, Citra Merek, Dan Proses, Terhadap Keputusan Peresepan Dokter Pada Obat Herbal Terstandar PT Nutrindo Grahahusada Utama”. Data penelitian merupakan data yang dikumpulkan melalui observasi pada 10 Desember 2015 sampai dengan 10 Februari 2016. Metode sampling yang digunakan dengan metode *Convenience Sampling*, dengan jumlah sampel yang diteliti adalah 94 orang responden. Metode analisis yang digunakan adalah dalam penelitian ini adalah menggunakan SPSS versi 20. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, ; secara parsial promosi, harga, distribusi, dan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan dokter untuk meresepkan Obat Herbal Terstandar PT Nutrindo, citra merek dan proses secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan peresepan dokter untuk meresepkan Obat Herbal Terstandar PT Nutrindo, promosi, harga, distribusi, produk, citra merek, dan proses secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan peresepan dokter untuk meresepkan Obat Herbal Terstandar PT Nutrindo Grahahusada Utama, secara simultan.

Kata Kunci : produk, harga, distribusi, promosi, citra merek, proses, dan keputusan peresepan dokter

