

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH CITRA PRODUK, HARGA JUAL PRODUK DAN DESAIN KEMASAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OBAT HERBAL REMAPO

Studi Kasus pada Konsumen Apotek Dharma Husada

Kadek Sri Kermawaty
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2017

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh citra produk, harga jual produk dan desain kemasan produk terhadap keputusan pembelian obat herbal Remapo. Jenis penelitian yang dilakukan adalah berupa studi kasus dengan menggunakan data primer. Populasi dalam penelitian ini adalah pasien Apotek Dharma Husada yang jumlahnya tak terbatas dengan jumlah sampel sebanyak 69 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling*. Data diperoleh dari hasil wawancara dan pembagian kuesioner. Analisis data menggunakan regresi berganda.

Berdasarkan hasil analisis, pengujian secara parsial dengan menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel citra produk dan desain kemasan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Obat Herbal Remapo sedangkan untuk harga jual produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Obat Herbal Remapo. pengujian secara simultan dengan menggunakan uji F menunjukkan bahwa variabel citra produk, harga jual produk serta desain kemasan produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Obat Herbal Remapo.

kata kunci : Citra Produk, Harga Jual Produk, Desain Kemasan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

ANALYSIS ON THE INFLUENCE OF PRODUCT IMAGE, PRODUCT PRICE AND PACKAGING TOWARDS PURCHASE DECISION OF HERBAL MEDICINE REMAPO

A Case study on the consumers of Dharma Husada Pharmacy

Kadek Sri Kermawaty
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2017

The aims of this study were to know the partial and simultant influence of product image, product price and packaging to purchase decision of herbal medicine Remapo. The design of this study was a case study using the primary data. The population of this study were the consumers of Dharma Husada Pharmacy. The sample size was 69 respondents. The sample was chosen using non-probability sampling. Data was collected by interviewing and distributing questionairs. The data was analysed using multiple linear regression.

The research found that the product image and product packaging had a significant influence to the purchase decision of herbal medicine Remapo, while the product price had no significant influence to the purchase decision of herbal medicine Remapo. Simultaneously, product image, product price and product packaging had significant influence to purchase decision of herbal medicine Remapo.

Key words: product image, product price, product packaging, purchase decision