

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI DENGAN JUDUL :
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN
DALAM MEMILIH APOTEK (STUDI KASUS DI SEMARANG TIMUR)

Yang dipersiapkan dan Disusun Oleh:

Nama : Ronny budiwardoyo

NIM : 98.30.3552

Telah dipertahankan di depan Penguji pada tanggal : 8 Agustus 2003.

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen

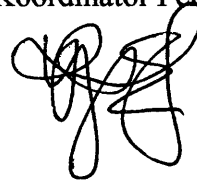
Semarang, 23 Agustus 2003

Pembimbing



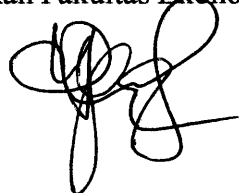
(Drs.R.Bowo Harcahyo,MBA)

Koordinator Penguji



(Vincent Didiek Wiet Ariyanto, MBM,Ph.D)

Dekan Fakultas Ekonomi



(Vincent Didiek Wiet Ariyanto, MBM, Ph.D)

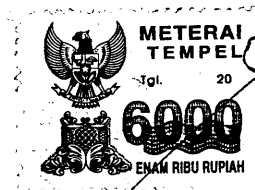
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ronny Budiwardoyo
NIM : 98.30.3552
NIRM :
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen

Menyatakan Bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi dan / atau bentuk-bentuk kecurangan yang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi dalam bentuk apapun dari Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Semarang, 23 Agustus 2003



Ronny Budiwardoyo
(Ronny Budiwardoyo)

ABSTRAK

Di kota Semarang yang merupakan Ibu Kota Propinsi Jawa Tengah, apotek merupakan bidang usaha yang sudah sangat menjamur, apalagi dengan banyaknya toko obat yang kemudian beralih menjadi apotek. Berdasarkan pra survey yang telah saya lakukan, jumlah dari apotek yang ada di kota Semarang lebih dari 175 apotek, konsumen yang mengadakan pembelian di apotek ada sebagian merupakan konsumen yang loyal terhadap apotek tertentu sedangkan yang sebagian lagi bukan merupakan konsumen yang loyal terhadap suatu apotek tertentu. Berdasarkan survey itu juga dapat diperoleh informasi bahwa sebagian besar konsumen dalam melakukan pembelian di apotek disebabkan oleh beberapa alasan, yaitu karena lokasi dari apotek tersebut dekat dengan rumah atau mudah dijangkau, harga obat yang dijual lebih murah dari apotek lainnya, obat yang dibutuhkan selalu tersedia, pelayanan yang cepat dan ramah sekaligus mengetahui jenis obat yang ada dan dapat memberikan pertimbangan. Sehingga antara apotek yang satu dengan apotek yang lain berusaha untuk meningkatkan fasilitas dan pelayanan yang dapat menjadikan konsumen yang membeli obat kembali lagi ke apotek tersebut dan menjadi konsumen yang loyal.

Dari uraian diatas, peneliti mengambil topik **“faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih apotek (Studi kasus di Semarang timur)”**.

Berdasarkan hasil pra survey yang telah dilakukan faktor-faktor konsumen dalam memilih apotek adalah faktor keterjangkauan harga, kesesuaian harga, kelengkapan produk obat, kelengkapan produk kesehatan selain obat, lokasi yang strategis, lokasi yang mudah dijangkau, cara melayani, komunikasi karyawan, pengetahuan karyawan, kemampuan menjelaskan, ketepatan pelayanan, kecepatan pelayanan, kenyamanan apotek, fasilitas apotek, perlengkapan karyawan.

Obyek dari penelitian ini adalah semua konsumen yang membeli obat di apotek yang ada di Semarang timur ini. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 responden dengan menggunakan teknik sloving. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dengan cara mengumpulkan dan mengolah data yang diperoleh dari responden secara langsung.

Ada empat faktor yang terbentuk untuk mengekstrak 15 variabel yang diteliti, yaitu :

1. Faktor harga dan produk, pemilihan apotek berdasarkan nilai rupiah dan kelengkapan produk obat
2. Faktor komunikasi dan cara melayani, faktor yang berdasarkan cara berkomunikasi dan melayani karyawan pada konsumen apotek.
3. Faktor kenyamanan apotek dan kecepatan pelayanan suasana yang dimiliki oleh apotek dan keandalan karyawan dalam melayani permintaan konsumen dengan cepat
4. Faktor lokasi, berdasarkan lokasi apotek yang strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen yang akan membeli obat

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, maka untuk meningkatkan jumlah konsumen yang akan membeli obat dapat diajukan saran sebagai berikut :

1. Dengan faktor harga dan produk yang telah ada saat ini, peneliti menyarankan agar tetap menjaga harga dan kelengkapan produk obat yang dipunyai oleh apotek tersebut bahkan meningkatkan kelengkapan produk obat yang ada.
2. Apotek tetap melakukan pembenahan terhadap cara karyawan berkomunikasi dan melayani konsumen yang telah ada saat ini antara lain dengan melakukan pelatihan pada karyawan untuk meningkatkan kemampuan karyawan dalam melayani dan berkomunikasi dengan konsumen.
3. Meningkatkan fasilitas apotek dan keandalan karyawan agar konsumen selalu merasa nyaman karena suasana apotek tersebut dan agar konsumen merasa terbantu ketika melakukan pembelian obat karena karyawan apotek tersebut melayani dengan cepat.
4. Agar lokasi dari apotek yang telah ada saat ini dapat dimanfaatkan semaksimal mungkin baik apotek yang memiliki lokasi yang bagus maupun yang tidak.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul : "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH APOTEK (STUDI KASUS DI SEMARANG TIMUR)". Dimana penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa yang menjadi pertimbangan konsumen untuk memilih suatu apotek sebagai sarana untuk melakukan pembelian obat dimana pada masa sekarang ini perkembangan apotek di kota Semarang berkembang sangat pesat dan merupakan lahan bisnis yang menguntungkan sehingga diharapkan melalui penelitian ini dapat berguna untuk pengambilan keputusan atau strategi yang akan digunakan oleh suatu apotek untuk dapat meningkatkan keuntungannya, selain itu Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam rangka menempuh Ujian Akhir Program Studi Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Selama proses penelitian sampai selesainya penulisan skripsi ini, tidak lepas dari usaha dan dukungan dari berbagai pihak dalam bentuk moril maupu materiil. Maka pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang tidak terhingga kepada yang terhormat :

1. Bapak Vincent Didiek Wiet Aryanto, PhD selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
2. Bapak Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan pada penulis, sehingga terwujud skripsi ini.

3. Semua staff pengajar Fakultas Ekonomi dan Karyawan Perpustakaan Universitas Katolik Soegijapranata yang telah membantu kelancaran dalam penulisan skripsi ini.
4. Keluargaku tercinta Mami, Kakakku, Adikku yang telah memberikan dorongan dan semangat untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Sahabat-sahabatku Tika, Nomi, Eko, Budi S, Vonny, Andy, Blacky, Mandy dan rekan-rekan kuliah yang telah banyak membantu dalam memberikan dorongan baik langsung maupun tidak langsung sehingga skripsi ini dapat terwujud.

Sebagai akhir kata, harapan penulis dalam penyusunan skripsi ini dapat membawa manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Semarang, Juni 2003

(Penulis)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Pembatasan Masalah	6
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.4.1. Tujuan Penelitian.....	6
1.4.2. Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Sistematika penulisan	7

BAB II. LANDASAN TEORI

2.1. Landasan teori.....	8
2.1.1. Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.2. Konsep Pemasaran Dan orientasi pada Konsumen.....	8
2.1.3. Produk.....	10
2.1.4. Harga.....	11
2.1.5. Lokasi.....	12
2.1.6. Pelayanan.....	14
2.1.6.1. Karakteristik Jasa.....	14
2.1.6.2. Peran Karyawan Dalam Penyajian Jasa.....	15
2.1.7. Proses Keputusan Pembelian.....	17
2.2. Kerangka Pikir.....	19
2.3. Definisi Operasional.....	20

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Obyek dan Lokasi Penelitian	23
3.2 Populasi dan Sampel	23
3.2.1 Populasi.....	23
3.2.2 Sampel.....	24
3.3 Jenis dan Pengumpulan Data.....	25
3.3.1 Data.....	25
3.3.2 Jenis Data.....	25
3.3.3 Metode Pengumpulan Data.....	26
3.3.4 Tehnik Pengukuran Data.....	26

3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	27
3.4.1 Pengujian Validitas	27
3.4.2 Pengujian Reliabilitas	28
3.5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Survey.....	29
3.5.1 Hasil Uji Validitas.....	29
3.5.2 Hasil Uji Realibilitas.....	30
3.6 Teknik Analisis Data	30

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Responden	33
4.1.1. Jenis Kelamin	33
4.1.2. Jenis Pekerjaan	34
4.1.3. Usia Responden.....	35
4.2 Analisis Data	35
4.2.1. KMO dan Bartlett's Test	35
4.2.2. Anti Image Matrices	36
4.2.3. KMO dan Bartlett's Test.....	36
4.2.4. Anti Image Matrix	37
4.2.5. KMO dan Bartlett's Test	37
4.2.6. Anti Image matrix	37
4.2.7. Communalities	38
4.2.8. Initial Eigenvalue.....	39
4.2.9. Component Matrix	41

4.2.10. Rotated Component Matrix	42
4.2.11. Menamakan Faktor	44

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan	46
5.2. Saran	47

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perkembangan Apotek di Jawa Tengah.....	3
Tabel 1.2	Jumlah Apotek Di Kota Semarang	3
Tabel 1.3	Hasil Pra Survey	4
Tabel 3.1	Hasil Uji Validitas.....	29
Tabel 4.1	Jenis Kelamin	33
Tabel 4.2	Jenis Pekerjaan	34
Tabel 4.3	Usia Responden.....	35
Tabel 4.4	Communalities	38
Tabel 4.5	Initial Eigenvalue.....	39
Tabel 4.6	Component Matrix	41
Tabel 4.7	Rotated Factor Matrix.....	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pikir	19
------------	----------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	Kuesioner Pra Survey
LAMPIRAN 2	Kuesioner penelitian
LAMPIRAN 3	Data responden
LAMPIRAN 4	Tabulasi Data
LAMPIRAN 5	Validitas dan Reliabilitas
LAMPIRAN 6	Analisis Faktor
LAMPIRAN 7	Tabel Korelasi Product Moment