

## INTISARI

Kepuasan pelanggan berkontribusi dalam terciptanya loyalitas, dan berkurangnya elastisitas harga. Untuk menghadapi kompetisi ini, produsen produk obat akan mengembangkan suatu rumusan strategi pemasaran yang disebut dengan *marketing mix* atau bauran pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui merek produk obat penyakit mag OTC (*Over The Counter*) yang paling banyak dikonsumsi, bauran pemasaran yang berpengaruh, dan keterkaitan bauran pemasaran dengan kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap produk.

Penelitian dilakukan secara asosiatif non-eksperimental dengan metode survei kuesioner kepada 285 responden yang memenuhi kriteria yang sudah ditentukan. Penelitian dilakukan di 7 apotek di Kecamatan Sewon pada bulan Juli-Agustus 2015. Data yang diperoleh diolah secara statistik menggunakan tabulasi frekuensi, *mean score*, analisis korelasi bivariat *Pearson* dan regresi linier.

Hasil analisis menunjukkan bahwa di Kecamatan Sewon, Promag<sup>®</sup> merupakan produk yang paling banyak dipilih oleh konsumen obat mag sebesar 41,8%. Variabel tempat merupakan variabel yang paling berpengaruh dalam pemilihan produk obat mag diikuti variabel produk, harga, dan promosi. Variabel produk, tempat, dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Variabel produk dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen. Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Konsumen secara umum puas dan loyal terhadap produk yang mereka pilih.

Kata kunci: Bauran pemasaran, kepuasan, loyalitas, obat mag OTC.

## ABSTRACT

Customers satisfaction contribute to the creation of loyalty and price elasticity reduction. To face the competition, medicinal product manufacturers will develop a marketing strategy called marketing mix. This research aims to determine the most widely consumed over the counter (OTC) brand of ulcer drugs, influential of marketing mix on product selection, linkage of marketing mix with customers satisfaction and loyalty, and customer satisfaction and loyalty about the product that they chooses.

The research conducted in an associative non-experimental methods of survey questionnaires to 285 respondents who meets the specified criterias. Research has been conducted on t pharmacies in Kecamatan Sewon from July to August 2015. The obtained datas were processed statistically using frequency tabulation, mean scores, Pearson bivariate correlation analysis, and linear regression.

The analysis showed that Promag<sup>®</sup> is a product that most preferred by customers by 41,8%. Place is the most influential variable in medicinal product selection, followed by product, price and promotion variable. Variable product, place, and price have a significant effect on customers satisfaction. Variable product and price have a significant effect on customers loyalty. Customers generally satisfied and loyal to the product that they chooses.

Keyword: Marketing mix, Satisfaction, loyalty, ulcer drugs OTC.