



ISSN : 2302-4933

Vol. V No. 2 – Mei 2018

Jurnal

FARMAGAZINE



SEKOLAH TINGGI FARMASI MUHAMMADIYAH
TANGERANG

Vol. V No. 2 – Mei 2018

Jurnal

FARMAGAZINE

- Editor : Abdul Aziz Setiawan, S.Si., M.Farm., Apt.
Saru Noliqo Rangkuti,
- Reviewer : Prof. Dr. Syed Azhar Syed Sulaiman
Prof. Dr. Zullies Ikawati, Apt.
Dr. Diah Aryani Perwitasari, M.Si., Ph.D., Apt.
Dr. H. Priyanto, M.Biomed., Apt.
Dr. Asmiyenti Djaliasrin Djilil, S.Si., M.Si.
Dr. rer. nat. Rahmana Emran Kartasasmita, M.Si., Apt.
- Ditribusi dan Pemasaran : Tim LPPM
- Sekretariat : LPPM Sekolah Tinggi Farmasi Muhammadiyah Tangerang
- Periode Terbit : 2 x dalam setahun
- Terbit Pertama : Februari 2014
- Harga Berlangganan : Rp. 250.000 (1 Nomor)

Jurnal (Farmagazine) adalah jurnal ilmiah tentang hasil-hasil penelitian ilmu-ilmu farmasi yang meliputi: farmasi maritim, farmasi bahan alam, formulasi, kimia farmasi, rumah sakit dan komunitas, farmakologi, dan bioteknologi farmasi.

Sistematika dan urutan materi artikel ilmiah hasil penelitian disusun atas; judul; nama (nama peneliti); abstrak; kata kunci; pendahuluan (termasuk latar belakang, landasan teori, tujuan penelitian); metode penelitian; analisis data; hasil dan pembahasan; simpulan; kepustakaan. Artikel ilmiah hasil penelitian tersebut diketik 1 spasi, Arial 11, kertas A4, maksimum jumlah artikel 10 halaman. Artikel yang dikirim hendaknya disertai dalam bentuk soft copy dengan program *Microsoft Word (MS Word)*.

Alamat Redaksi:

**Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Sekolah Tinggi Farmasi Muhammadiyah Tangerang**

- Jl. KH Syekh Nawawi km.4 No.13 Tigaraksa – Kabupaten Tangerang
Telp./Fax. (021) 2986 7307
E-mail: lppmstfm01@gmail.com

Vol. V No. 2 – Mei 2018

Jurnal

FARMAGAZINE

DAFTAR ISI

SUSUNAN REDAKSI	ii
DAFTAR ISI	iii
Analisis Sibutramin Hidroklorida Pada Jamu Pelangsing Di Kecamatan Curug Dengan Spektrofotometri Uv Oleh: Diana Sylvia, Aprie Gantina, Nita Rusdiana	1 – 5
Perbandingan Kandungan Kadar Vitamin C Antara Ekstrak Etanol 70% Buah Stroberi (<i>Fragaria X Ananassa</i>) Dan Ekstrak Etanol 70% Daging Buah Pepaya (<i>Carica papaya L</i>) Dengan Metode Spektrofotometri Uv-Visibel Oleh: Wahyunita Yulia Sari	6 – 11
Uji Aktivitas Antijamur Ekstrak Daun Bambu Tali (<i>Gigantochloa apus</i> (Schult.) Kurz.) Terhadap Jamur <i>Candida Albicans</i> Oleh: Abdul Aziz Setiawan, Latif Yudha Aditama, Yusransyah	12 – 22
Penetapan Kadar Pseudoefedrin Hcl Dan Klorfeniramin Maleat Dengan Metode Spektrofotometri Derivatif Dalam Sediaan Sirup Oleh: Anne Yuliantini, Hafiezah Yuristina, Tursino	23 – 30
Penyebab Penurunan Penjualan (Unit) Produk Alpara Kaplet Di Apotik Di Wilayah Jakarta Timur Dengan Pendekatan Bauran Pemasaran Produk Oleh: Hayatun Nufus	31 – 38
Formulasi Dan Evaluasi Sediaan Gel Ekstrak Etanol 96% Daun Pandan Wangi (<i>Pandanus amaryllifolius</i> Roxb.) Sebagai Sediaan Antinyamuk <i>Aedes aegypti</i> Oleh: Sofi Nurmay Stiani, Siska Purnama Sari, Banu Kuncoro	39– 46

PENYEBAB PENURUNAN PENJUALAN (UNIT) PRODUK ALPARA KAPLET DI APOTIK DI WILAYAH JAKARTA TIMUR DENGAN PENDEKATAN BAURAN PEMASARAN PRODUK

Hayatun Nufus^{1*}

¹Universitas Pancasila, Jakarta

*Corresponding Author Email : fuszyt@yahoo.com

ABSTRAK

Salah satu perusahaan industri farmasi yaitu PT. Molex Ayus memproduksi obat Flu & Batuk yaitu ALPARA KAPLET & SIRUP dimana ALPARA KAPLET merupakan produk unggulan dengan penjualan pada Tahun 2013 mencapai 27 M/Tahun. Hanya saja penjualan Produk ALPARA KAPLET (unit) mengalami penurunan di Tahun 2013. Isu yang terjadi dilapangan penurunan terjadi karena adanya pembatasan distribusi PPA (*Phenylpropanolamine*) oleh Badan POM, dan harga ALPARA KAPLET yang naik tiap tahunnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor penyebab penurunan penjualan (unit) Produk ALPARA KAPLET PT. Molex Ayus dan untuk mengetahui pengaruh variabel bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian produk ALPARA KAPLET. Jenis penelitian adalah penelitian *deskriptif-explanatori kuantitatif*, data dikumpulkan melalui kuesioner yang telah disusun dan diuji di lapangan. Pengambilan sampel dilakukan secara *non probability sampling – purposive sampling*, peneliti mengambil sampel yang memenuhi ciri-ciri yang sudah ditentukan terlebih dahulu. Penelitian dilakukan di Apotik yang merupakan saluran distribusi utama Produk ALPARA KAPLET dan penelitian dilakukan di wilayah Jakarta Timur dikarenakan wilayah ini merupakan wilayah dengan penjualan Produk ALPARA KAPLET terbesar. Jumlah sampel sebanyak 78 Apotik yang ada di Wilayah Jakarta Timur dimana responden yang ditanya adalah Asisten Apoteker/Apoteker/Bagian Pembelian di Apotik. Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi berganda, uji F dan uji T dimaksud untuk mengetahui secara serempak dan parsial pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 5\%$). Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa variabel produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, Sedangkan variabel harga & promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Keputusan pembelian berpengaruh terhadap tingkat penjualan. Nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variabel independen yang diteliti mampu menjelaskan 54,4% variabel keputusan pembelian, sedangkan sisanya 45,6%.

Kata kunci : PPA, Bauran Pemasaran, ALPARA KAPLET, Keputusan Pembelian, Tingkat Penjualan.

ABSTRACT

ISPA (Upper Respiratory Infection) is one of the most common diseases and most suffered by the community every year. The number of patients with respiratory diseases is an opportunity for the pharmaceutical industry to produce Cough & Cold. IMS DATA YAT 2010 states that Market Size "Cold Preparations reached 1.152 T with 2% growth. PT. Molex Ayus is a private pharmaceutical company and one of its products is for Cold & Cough Syrup is ALPARA caplets and where ALPARA caplet is an excellent product with sales in 2013 reached 27 M / year. Only ALPARA caplets Product sales (units) decreased in 2013. Issues that occur in the field decrease occurs because of the restrictions on the distribution of PPA (*Phenylpropanolamine*) by POM, caplets ALPARA prices are rising every year. The purpose of this study was to determine the factors causing the decline in sales

(units) Product ALPARA caplets PT. Molex Ayus and to determine the effect of marketing mix variables consist of product, price and promotion on product purchasing decisions ALPARA caplets. This type of research is descriptive-explanatory quantitative research, data were collected through questionnaires that had been developed and tested in the field. Sampling was done by non-probability sampling - purposive sampling where the researchers took samples that meet the characteristics that have been determined in advance. The study was conducted in Pharmacies which is the main distribution channel Product ALPARA caplets and research conducted in East Jakarta because this region is a region with the largest sales of products ALPARA caplets. The number of samples to be studied as much as 78 Pharmacies in East Jakarta area where respondents were ask was Assistant Pharmacist / Chemist / Purchasing in Pharmacies. Hypothesis testing using multiple regression analysis, F test and T test is intended to determine simultaneously and partial influence of independent variables on the dependent variable at the 95% confidence level ($\alpha = 5\%$). The conclusion from this study is that the product variables affect the purchase decision, while variable rates & sale does not affect the purchase decision. Purchasing decisions affect the level of sales. And the restrictions on the distribution of PPA by POM led to a decline in product sales ALPARA caplets in some pharmacies. The coefficient of determination (R^2) showed that the independent variables studied were able to explain 54.4% variable purchase decision, while the remaining 45.6%.

Keywords: PPA, Marketing Mix, ALPARA caplets, Decision Purchasing, Sales Rate.

PENDAHULUAN

ISPA merupakan salah satu penyakit paling umum dan paling banyak diderita oleh masyarakat. Sebagian besar dari infeksi saluran pernafasan hanya bersifat ringan seperti batuk-pilek, yang disebabkan oleh virus, dan tidak memerlukan pengobatan dengan antibiotik. Infeksi saluran pernafasan bagian atas terutama yang disebabkan oleh virus, sering terjadi pada semua golongan masyarakat pada bulan-bulan musim dingin akibat sirkulasi virus di udara yang meningkat. Selain itu, perubahan udara dari panas ke dingin seringkali memperlemah daya tahan tubuh. Akibatnya tubuh menjadi lebih rentan terhadap penyakit ini.

ISPA di Indonesia masih menempati urutan pertama penyebab kematian di Indonesia (Depkes, 2005). Proporsi kematian yang disebabkan oleh ISPA mencakup 20% - 30% dari seluruh kematian anak Balita (Depkes, 2002). ISPA juga merupakan salah satu penyebab utama kunjungan pasien pada sarana kesehatan. Sebanyak 40% - 60% kunjungan berobat di Puskesmas dan 15% - 30% kunjungan berobat di bagian rawat jalan dan

rawat inap rumah sakit disebabkan oleh ISPA (Ditjen PPM dan PLP, 2002).

Menurut Data AC Nielsen, di Tahun 2011 Mixagrip menjadi market leader dengan menguasai 25% pangsa pasar obat flu dan batuk dari *market size* industri obat tersebut dari berbagai perusahaan sebesar Rp. 700 milyar per tahun secara nasional. Bisa dikatakan pemain baru untuk obat flu dan batuk selalu muncul, mengingat kategori penyakit ini memang sering dialami penduduk Indonesia. Rata-rata dewasa menderita sakit flu sebanyak dua kali dalam setahun. Meskipun demikian merek-merek baru tertentu selalu kalah dalam bersaing dan kemudian akan hilang dengan sendirinya dengan merek-merek yang sudah mapan. Melihat persaingan yang ketat pada kategori obat batuk flu di pasaran, membuat konsumen memiliki berbagai macam pilihan obat batuk flu yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, sehingga produsen obat harus memiliki kiat untuk menarik perhatian konsumen: *Market Size* tahun 2010 obat batuk flu ditaksir mencapai Rp 1 Trilyun. Sementara itu, menurut Data IMS Health Tahun 2010 mencatat pasar farmasi Indonesia mencapai Rp

1,152 Trilyun Rupiah dengan pertumbuhan 2% untuk *therapeutic class* "Cold Preparations". dimana Mixagrip masih menjadi market leader dengan menguasai 13,3% pasar obat flu dan batuk dari *market size total Cold Preparations*.¹¹

PT. Molex Ayus merupakan perusahaan farmasi yang sedang berkembang dan mempunyai 122 produk dimana salah satu produk diantaranya adalah Produk ALPARA yang termasuk dalam *therapeutic class* "Cold Preparations". Alpara memiliki 2 varian kemasan yaitu Alpara Kaplet dan Alpara Sirup. Produk unggulan di PT. Molex Ayus adalah ALPARA KAPLET dimana Penjualan Alpara Kaplet pada Tahun 2013 mencapai 27 M/tahun. Alpara Kaplet merupakan kombinasi Obat Flu yang disertai batuk dengan antialergi yang digunakan untuk mengobati gejala-gejala sakit flu dan batuk.

ALPARA KAPLET diposisikan sebagai produk follower dalam persaingan obat flu batuk, dimana Perusahaan mengharapkan ALPARA KAPLET dapat berkembang dan menjadi Market Leader kedepan. Menurut Philip Kotler strategi umum yang biasa dilakukan oleh Market Follower yaitu : (1) Mengikuti dari dekat. Market Follower berusaha menyamai perusahaan pemimpin pasar pada sebanyak mungkin segmen pasar dan wilayah bauran pemasaran, (2) Mengikuti dari jauh. Dalam strategi ini Market Follower membuat beberapa differensiasi, namun tetap mengikuti market leader dalam hal pembaruan pasar, (3) Mengikuti secara selektif. Market Follower mengikuti dengan dekat beberapa hal yang dilakukan Market Leader, namun pada hal-hal yang lain perusahaan berjalan dengan sendiri.

ALPARA KAPLET mulai diluncurkan pada tahun 1992, dari awal peluncuran pertumbuhan penjualan produk Alpara Kaplet semakin baik. Alpara Kaplet merupakan produk Unggulan atau TOP ONE dari PT. Molex Ayus. Penjualan produk Alpara Kaplet pada Tahun 2013 mencapai 27 M/tahun. Penjualan (Unit) Produk Alpara Kaplet pada Tahun 2012 adalah sebesar

476,582 box dengan pertumbuhan 21,62%. Kontribusi Penjualan Alpara Kaplet dari Total Penjualan di PT. Molex Ayus Tahun 2012 adalah sebesar 12,52%. Akan tetapi Penjualan (Unit) Produk Alpara Kaplet pada Tahun 2013 mengalami penurunan (minus growth). Penjualan (Unit) Produk Alpara Kaplet pada Tahun 2013 adalah sebesar 429,506 box dengan pertumbuhan -9,88%. Data Tabel Realisasi Penjualan (Unit) Produk Alpara Kaplet PT. Molex Ayus Nasional Tahun 2009 – 2013 sebagai berikut :¹²

Penjualan (Unit) Produk Alpara Kaplet Tahun 2012 paling terbanyak di Wilayah DKI Jakarta dengan memberikan kontribusi penjualan sebesar 12,36% dari Total Penjualan Alpara Kaplet Nasional. Apabila lebih diteliti lagi Wilayah Jakarta Timur memberikan kontribusi penjualan terbesar di antara wilayah DKI Jakarta lainnya dengan memberikan kontribusi sebesar 35,47%. Penjualan (Unit) Produk Alpara Kaplet Nasional terbanyak dari penjualan di Apotik yaitu sebesar 401,700 box pada Tahun 2012. Akan tetapi Penjualan (Unit) Produk Alpara Kaplet pada Tahun 2013 mengalami penurunan yaitu 367,027 box dengan pertumbuhan minus 9,88%.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan ini adalah penelitian *deskriptif-explanatori kuantitatif* yaitu untuk mengetahui dan menganalisa penyebab penurunan penjualan unit produk Alpara Kaplet di Apotik terhadap Bauran Pemasaran yaitu produk, harga dan promosi di Wilayah Jakarta Timur.

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah *survey-cross sectional* yang dilakukan terhadap Apotik yang menjual Alpara Kaplet. Penelitian *cross sectional* seringkali disebut penelitian sekali bidik (*One Snapshot*), merupakan penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan

data sekaligus, hasil sekali bidik (*One Snapshot*) pada satu saat tertentu. Metode yang digunakan adalah survei dan wawancara dengan menggunakan kuesioner.⁵³

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Apotik – Apotik yang merupakan saluran distribusi utama produk Alpara Kaplet di Wilayah Jakarta Timur. Wilayah Jakarta Timur menjadi tempat penelitian dengan pertimbangan karena Penjualan terbanyak produk Alpara Kaplet di Wilayah DKI Jakarta terjadi di daerah Jakarta Timur dengan memberikan kontribusi sebesar 35,47 % dari Total Penjualan menurut data tahun 2012 sehingga peneliti dapat mengambil data dari sebagian besar apotik yang ada di Wilayah Jakarta Timur. Kriteria inklusi : Apotik-apotik di Wilayah Jakarta Timur yang sudah melakukan pembelian (menjual) produk Alpara Kaplet.

Penelitian ini dimulai dari kegiatan penyusunan proposal, yaitu pada Juni 2014 sampai dengan pengujian instrumen, pengumpulan data, pengolahan dan analisa data, serta pelaporan yang dilakukan pada Apotik – apotik yang merupakan saluran distribusi utama produk Alpara Kaplet di Wilayah Jakarta Timur.

Populasi dan Jumlah Responden

Populasi

Dalam penelitian ini populasi penelitiannya adalah Apotik-apotik di Wilayah Jakarta Timur yang telah menjual produk Alpara Kaplet. Menurut Data Tahun 2012, jumlah outlet yang telah menjual produk Alpara Kaplet sebanyak 352 Apotik di Wilayah Jakarta Timur.

Jumlah Responden

Penentuan jumlah sampel yang dianggap representatif, yaitu menggunakan rumus Slovin dengan aras kepercayaan 90%. Jumlah responden yang akan diteliti adalah sebanyak 78 Apotik yang ada di Wilayah Jakarta Timur, dimana responden yang ditanya adalah Asisten

Apoteker atau Apoteker atau Bagian Pembelian Apotek.

Kriteria

Kriteria Inklusi

Responden menjual produk Alpara Kaplet minimal 1 bulan.

Kriteria Eksklusi

Responden yang tidak bersedia mengisi kuesioner.

Sumber dan Teknik Pengambilan Data

Sumber Data

Dalam penelitian ini data dikumpulkan dari sumber dengan cara sebagai berikut : Studi lapangan, yakni dilakukan pengumpulan data empirik yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, yaitu data primer dan sekunder. Secara umum terdapat tiga cara untuk mendapatkan data primer dalam penelitian, yaitu survei, observasi, dan eksperimen. Dalam penelitian ini untuk mendapatkan data primer dengan cara survei. Survei merupakan prosedur penelitian untuk mengumpulkan data mentah (*raw data*) dalam jumlah besar dengan menggunakan kuesioner. Data primer diperoleh dengan melakukan penyebaran kuesioner di Apotik di Wilayah Jakarta Timur. Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada sebelumnya. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, laporan, jurnal, majalah yang berhubungan dengan penelitian ini.

Teknik Pengambilan Data

Populasi berkaitan dengan seluruh kelompok orang, peristiwa, atau benda yang menjadi pusat perhatian peneliti untuk diteliti. Untuk mendapatkan sampel yang representatif terhadap populasi dan dapat menjelaskan karakteristik dari populasi (presisi),

Teknik Pengolahan Dan Analisis Data

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah serangkaian kegiatan mengelola data yang dikumpulkan dari hasil penelitian dan kemudian dibentuk menjadi seperangkat hasil. Analisis data dilakukan agar dapat mengelola data yang lebih teliti dan akurat agar hasil yang diinginkan dapat memuaskan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil responden berdasarkan Jabatan

Jabatan Responden Berdasarkan gambar tersebut diatas, dari 78 responden terlihat bahwa jabatan responden terbanyak adalah Asisten Apoteker dengan jumlah 45 orang (57,70%), diikuti Bagian Pembelian dengan jumlah 25 orang (32,10%), dan Apoteker dengan jumlah 8 orang (10,30%). Dari analisa deskriptif ini menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah Asisten Apoteker dimana Asisten Apoteker tentunya sudah memiliki pengetahuan keilmuan, ketrampilan dan profesionalisme yang cukup dibidangnya.

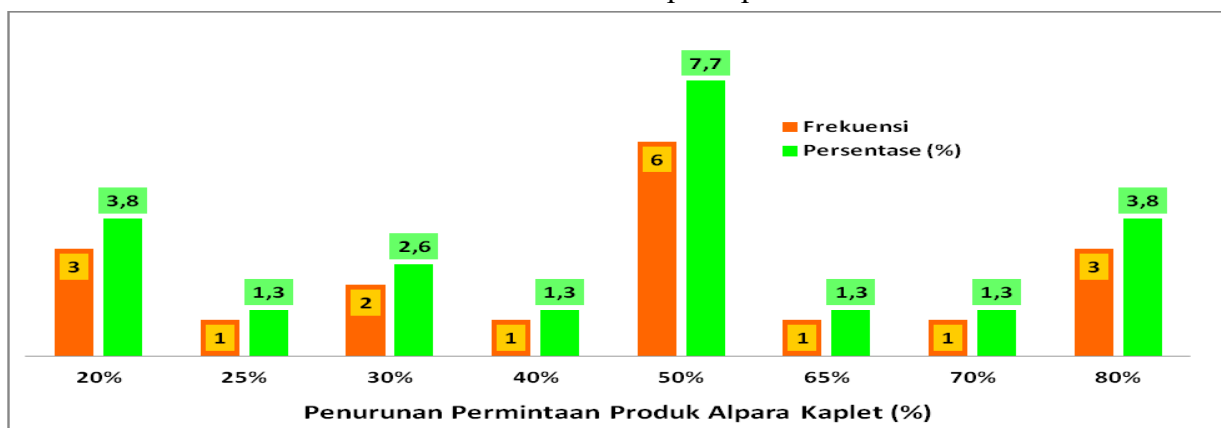
Pembatasan Pembelian Produk yang mengandung PPA terhadap permintaan Obat Flu & Batuk

Berdasarkan data, dari 78 responden yang terbanyak menjawab adalah bahwa pembatasan pembelian produk yang mengandung PPA tidak berpengaruh terhadap penurunan permintaan Obat Flu & Batuk di Apotik dengan jumlah 48 responden (61,50%) dan yang menjawab berpengaruh sebanyak jumlah 30 responden (38,50%).

Pembatasan Pembelian Produk yang mengandung PPA terhadap permintaan Produk Alpara Kaplet

Berdasarkan data, dari 78 responden yang terbanyak menjawab adalah bahwa pembatasan pembelian produk yang mengandung PPA tidak berpengaruh terhadap penurunan permintaan Produk Alpara Kaplet di Apotik dengan jumlah 60 responden (76,90%) dan yang menjawab berpengaruh dengan jumlah 18 responden (23,10%).

Dari yang menjawab bahwa adanya pengaruh pembatasan pembelian produk yang mengandung PPA oleh Badan POM menyebabkan penurunan permintaan Produk Alpara Kaplet maka dapat dilihat berapa % penurunan permintaan Produk Alpara Kaplet di Apotik pada Gambar 1 berikut ini :



Gambar 1. Diagram % Penurunan Permintaan Produk Alpara Kaplet di Apotik

Berdasarkan gambar tersebut diatas, % Penurunan Permintaan Produk Alpara Kaplet di

Apotik terbesar adalah sebanyak 50% penurunan dengan jumlah 6 responden (7,70%).

Dari analisa deskriptif diatas menunjukkan bahwa beberapa Apotik mengalami penurunan permintaan Produk Alpara Kaplet sebanyak 18 responden (23,10%) dikarenakan adanya pembatasan pembelian produk yang mengandung PPA oleh Badan POM. Salah satu kandungan yang terdapat pada Produk Alpara Kaplet adalah kandungan PPA (*Phenylpropanolamine HCl*). PPA (*Phenylpropanolamine HCl*) digunakan sebagai dekongestan (pelega pernafasan akibat hidung tersumbat). PPA (*Phenylpropanolamine HCl*) masuk kedalam golongan Obat Prekursor, dimana Obat Prekursor saat ini sedang diawasi secara ketat oleh Badan POM karena terjadi penyalahgunaan. Prekursor adalah zat atau bahan pemula atau bahan kimia tertentu yang dapat digunakan sebagai bahan baku atau penolong untuk keperluan proses Produksi industri dan apabila disalahgunakan dapat digunakan dalam memproses pembuatan narkotika dan atau psikotropika. Karena dapat digunakan untuk membuat narkotika dan atau psikotropika maka Prekursor perlu diawasi dengan ketat.

Interpretasi Data

Berdasarkan hasil pengolahan data pada bagian sebelumnya peneliti menentukan hasil temuan, dimana Produk (X_1) memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hal ini ditunjukkan dengan hasil pengujian koefisien regresi pada variabel Produk (X_1), diperoleh nilai signifikansi adalah 0.022 yang bernilai kurang dari $\alpha = 0.05$, oleh karena itu keputusan adalah tolak H_0 . Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara Produk (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Harga (X_2) tidak memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hal ini ditunjukkan dengan hasil pengujian koefisien regresi pada variabel Harga (X_2), diperoleh nilai signifikansi

adalah 0.234 yang bernilai lebih dari $\alpha = 0.05$, oleh karena itu keputusan adalah tidak tolak H_0 . Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara Harga (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Promosi (X_3) tidak memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hal ini ditunjukkan dengan hasil pengujian koefisien regresi pada variabel Promosi (X_3), diperoleh nilai signifikansi adalah 0.075 yang bernilai lebih dari $\alpha = 0.05$, oleh karena itu keputusan adalah tidak tolak H_0 . Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara Promosi (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Keputusan Pembelian (Y) memiliki pengaruh terhadap Tingkat Penjualan (Z). Hal ini ditunjukkan dengan hasil pengujian koefisien regresi pada variabel Keputusan Pembelian (Y), diperoleh nilai signifikansi adalah 0.000 yang bernilai lebih kecil dari $\alpha = 0.05$, oleh karena itu keputusan adalah tolak H_0 . Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara Keputusan Pembelian (Y) terhadap Tingkat Penjualan (Z).

Berdasarkan hasil analisa diatas dapat diketahui bahwa variabel harga & promosi tidak berpengaruh terhadap tahap keputusan pembelian. Hal itu memberikan indikasi bahwa variabel harga & promosi bukan merupakan faktor penting dalam keputusan pembelian. Hal itu berarti hipotesis kedua dan ketiga ditolak.

Sedangkan variabel Produk adalah variabel yang mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal itu memberikan indikasi bahwa variabel Produk secara parsial merupakan faktor penting dalam keputusan pembelian yang berarti hipotesis pertama adalah diterima.

KESIMPULAN

Hasil penelitian tentang penurunan penjualan Produk Alpara Kaplet, yang berhasil peneliti simpulkan sebagai berikut :

1. Variabel Produk mempengaruhi dalam keputusan pembelian Produk Alpara Kaplet.
2. Variabel Harga tidak mempengaruhi dalam keputusan pembelian Produk Alpara Kaplet.
3. Variabel Promosi tidak mempengaruhi dalam keputusan pembelian Produk Alpara Kaplet.
4. Variabel Produk, Harga & Promosi secara bersama-sama mempengaruhi keputusan pembelian Produk Alpara Kaplet.
5. Variabel Keputusan Pembelian mempengaruhi Tingkat Penjualan Produk Alpara Kaplet.

DAFTAR PUSTAKA

- A.G.Cham. 2010. *Data Indonesia Total Market Audit IMS*. Switzerland.
- Adrian, Payne. 2000. *Pemasaran Jasa, The Essence of service Marketing*. Penerbit Andi : Yogyakarta.
- American Marketing Association. *Definition of Marketing*. Marketing Power Inc. Oktober 2004. [1 tayangan]. Diambil dari : <http://www.marketingpower.com/about-us/pages/definitionofmarketing.aspx>. Diakses 9 Oktober 2013.
- Aprinda, D.S. dan Soedjajadi, K. *Hubungan Tingkat Kesehatan Rumah Dengan Kejadian ISPA pada Anak Balita Di Desa Labuhan Kecamatan Labuhan Badas Kabupaten Sumbawa*. Jurnal Kesehatan Lingkungan. Vol.3, No.2, Januari 2007.
- Arikunto, S. 1998. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT. Rineka Cipta : Jakarta.
- As'ad. 2000. *Psikologi Industri*. Ed 4. Liberty : Yogyakarta.
- Assauri. 2004. *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep dan Strategi)*. Penerbit PT. Grafindo Persada : Jakarta.
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang.
- Buchari, Alma. 2006. *Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta : Bandung.
- Budiyanto Fx. 1991. *Pelayanan Pelanggan yang bermutu, Seni memberlakukan Pelanggan sebagai tamu*. Binapura Aksara : Jakarta.
- Chaniago, A. 2002. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. CV. Pustaka Setia : Bandung..
- Data PT. Molex Ayus. Jakarta. 2013.
- Depkes RI. 2002. *Pedoman Pemberantasan Penyakit ISPA untuk Penanggulangan Pneumonia pada Balita*. Departemen Kesehatan RI : Jakarta.
- Depkes RI. 2005. *Pemberantasan Penyakit dan Penyehatan Lingkungan di Indonesia*. Departemen Kesehatan RI : Jakarta.
- Depkes RI. 2008. *Pedoman Pemberantasan Penyakit ISPA untuk Penanggulangan Pneumonia pada Balita*. Departemen Kesehatan RI Jakarta.
- Ditjen PPM dan PLP. 2002. *Modul Pelatihan ISPA untuk Petugas*. Departemen Kesehatan RI : Jakarta.
- Djaslim Saladin. 2004. *Manajemen Strategi & Kebijakan Perusahaan*. Edisi 5. Linda Karya : Bandung.
- Dunia Kedokteran. *ISPA (Infeksi Saluran Pernafasan Akut)*. Maret 2011. [1 tayangan]. Diambil dari : www.parenting.co.id/article/usia.sekolah/kenali.penyakit.ispa/001/004/261. Diakses 12 Oktober 2013.

- Feigenbaum, A.V. 1991. *Total Quality Control*. New York. Mc. Graw-Hill Inc.
- Forsyth, Patrick. 1990. *Manajemen Penjualan*. PT. Elex Media Komputindo : Jakarta.
- Halim D. 2000. *Ilmu Penyakit Paru*. Hipokrates : Jakarta.
- Hermawan, Asep dan Limakrisna, Nandan. 2011. *Metode Penelitian Untuk Bisnis Dan Manajemen*. Universitas Persada Indonesia: Jakarta.
- Informasi Seputar Kesehatan. *Hindari Obat Flu dengan PPA lebih 15 mg. Agustus 2009*. [1 tayangan]. Diambil dari : www.danialonline.wordpress.com/2009/08/12/hindari-obat-flu-dengan-ppa-lebih-15-mg/. Diakses 12 Oktober 2013.
- Informasi Tentang Infeksi Saluran Pernafasan*. [1 tayangan]. Diambil dari : www.pom.go.id/pom/publikasi/artikel/artikel02.html. Diakses 1 Juli 2014.
- Kementerian Kesehatan RI. 2010. *Ditjen Bina Upaya Kesehatan dalam Profil Kesehatan Indonesia*. Kementerian Kesehatan RI : Jakarta.
- Kotler P, Amstronng G. 2008. *Principles of Marketing*; 12th ed. Prentice Hall : London.
- Kotler P, Keller KV. 2012. *Marketing Management*. 14th ed. Prentice Hall : New Jersey.
- Kotler, Philip Steward Adam, et al. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. Indeks Kelompok Gramedia : Jakarta.
- Langgeng Widodo. *Mixagrip Kuasai Pasar 25% Obat Flu. Suara Merdeka*. Juni 2012. [1 tayangan]. Diambil dari : www.suaramerdeka.com/v1/index.php/read/news/2012/06/09/120818. Diakses 13 Oktober 2013.
- Marom, Chairul. 2002. *Sistem Akutansi Perusahaan Dagang*. Edisi kedua. Penerbit Grasindo : Jakarta.
- Mowen, John, C. dan Minor. M. 2002. *Perilaku Konsumen Jilid 1*. Edisi Kelima (terjemahan). Erlangga : Jakarta.
- Nitisemito, Alex. S. 2003. *Marketing*. Ghalia Indonesia : Jakarta.
- Parenting Indonesia. *Kenali Penyakit ISPA (Infeksi Saluran Pernafasan Akut)*. [1 tayangan]. Diambil dari : www.parenting.co.id/article/usia.sekolah/kenali.penyakit.ispa/001/004/261. Diakses 12 Oktober 2013.
- Prof. Dr. Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta CV : Bandung.
- Purwana R. 1992. *Partikulat Rumah Sebagai Faktor Resiko Gangguan Pernafasan Pada Anak Balita*. Disertasi IKM UI : Jakarta.
- Putranto A. 2007. *Pajanan Debu Kayu (PM₁₀) dan Gejala Penyakit Saluran Pernafasan pada Pekerja Mebel Sektor Informal di Kota Pontianak*. Thesis, PS-UI : Kalimantan.
- Rachmawati, Veronika. 2009. *Hubungan Hedonic Shopping Value dengan Konsumen Ritel*. Jurnal Majalah Ekonomi.
- Radiosunu. 1994. *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Analisis*. Edisi 2. BPFE : Yogyakarta..
- Rahman, Arif. 2010. *Strategi Dahsyat Marketing Mix for Small Business*. Edisi Pertama. Penerbit TransMedia Pustaka : Jakarta.
- Sampurno. 2009. *Manajemen Pemasaran Farmasi*. Gajah Mada University Press : Yogyakarta.