

ABSTRAK

PT Naturindo Surya Niaga merupakan perusahaan yang bergerak dalam industri distribusi obat-obatan herbal. Saat ini penjualan salah satu produk obat herbal bernama Bron C Fit mengalami penurunan secara signifikan 33,5% selama tahun 2023. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian produk obat herbal Bron C Fit secara *online* di PT Naturindo Surya Niaga Kota Bandung. Analisis faktor perilaku konsumen dengan metode penelitian analisis deskriptif dan analisis asosiatif. Indikator untuk variabel dijabarkan oleh penulis menjadi sejumlah pernyataan-pernyataan sehingga diperoleh data kualitatif. Data akan dianalisis dengan pendekatan kuantitatif menggunakan analisis statistik yang relevan. Teknik pengolahan data menggunakan dengan analisis regresi linear berganda. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan data primer kuisioner. Sampel merupakan 37 orang konsumen dengan kriteria sudah membeli produk selama satu tahun. Berdasarkan hasil pengolahan data dapat diperoleh persamaan $Y = 6,658 + 0,348X_1 + 0,206X_2 + 0,045X_3 + 0,164X_4$ dan korelasi sebesar 0,665 dari persamaan tersebut dapat diartikan bahwa untuk setiap satuan skor Keputusan pembelian obat herbal Bron C Fit secara *online* akan dipengaruhi oleh X_1 (Faktor Budaya) sebesar 0,348, X_2 (Faktor Sosial) sebesar 0,206, X_3 (Faktor Pribadi) sebesar 0,045, X_4 sebesar 0,164. Maka dapat disimpulkan bahwa faktor budaya lebih mempunyai pengaruh signifikan terhadap pembelian obat herbal Bron C Fit secara *online* di PT Naturindo Surya Niaga Kota Bandung karena memiliki nilai koefisien paling tinggi serta nilai korelasi mempengaruhi sebesar 66,5% antara variabel dependen dengan independen.

Kata Kunci: pembelian *online*, obat herbal, perilaku konsumen, regresi linear

ABSTRACT

PT Naturindo Surya Niaga is a company engaged in the herbal medicine distribution industry. Currently, sales of one of the herbal medicine products called Bron C Fit have decreased significantly by 33,5% during 2023. This study aims to analyze the factors that influence consumer behavior in purchasing decisions for herbal medicine products Bron C Fit online at PT Naturindo Surya Niaga, Bandung City. Analysis of consumer behavior factors using descriptive analysis and associative analysis research methods. Indicators for variables are described by the author into a number of statements so that qualitative data is obtained. The data will be analyzed with a quantitative approach using relevant statistical analysis. The data processing technique uses multiple linear regression analysis. The sampling technique used is purposive sampling with primary questionnaire data. The sample is 37 consumers with the criteria of having purchased the product for one year. Based on the results of data processing, the equation $Y = 6.658 + 0.348X_1 + 0.206X_2 + 0.045X_3 + 0.164X_4$ can be obtained and a correlation of 0.665 from the equation can be interpreted that for each score unit, the decision to purchase Bron C Fit herbal medicine online will be influenced by X_1 (Cultural Factor) of 0.348, X_2 (Social Factor) of 0.206, X_3 (Personal Factor) of 0.045, X_4 of 0.164. So it can be concluded that cultural factors have a more significant influence on the purchase of Bron C Fit herbal medicine online at PT Naturindo Surya Niaga Kota Bandung because it has the highest coefficient value and the correlation value affects 66.5% between the dependent and independent variables.

Keywords: online purchases, herbal medicine, consumer behavior, linear regression