

ABSTRAK

This research Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan Obat Batuk Hitam (OBH Syrup) merek Indoplus yang diproduksi oleh PT Indofarma Tbk, dengan studi kasus di Apotek Kimia Farma Unit Bisnis Bandung. Loyalitas pelanggan merupakan faktor kunci dalam mempertahankan pangsa pasar dan mendorong keberlanjutan bisnis di industri farmasi, khususnya untuk produk obat batuk.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada pelanggan yang membeli dan menggunakan produk OBH Syrup Indoplus di Apotek Kimia Farma Bandung.

Variabel yang diuji dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan harga sebagai faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, yang dianalisis menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berguna bagi PT Indofarma Tbk dalam mengoptimalkan strategi pemasaran dan penetapan harga, serta meningkatkan kualitas produk untuk memperkuat loyalitas pelanggan di pasar obat batuk.

Kata Kunci: Loyalitas, Bisnis, Kualitas, Pelanggan

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of product quality and price on customer loyalty of Indoplus brand Black Cough Medicine (OBH Syrup) produced by PT Indofarma Tbk, with a case study at Kimia Farma Pharmacy, Bandung Business Unit. Customer loyalty is a key factor in maintaining market share and encouraging business sustainability in the pharmaceutical industry, especially for cough medicine products. This research uses a quantitative approach with survey methods and data collection through questionnaires distributed to customers who buy and use OBH Syrup Indoplus products at Kimia Farma Bandung Pharmacy.

The variables tested in this research are product quality and price as factors that influence customer loyalty, which are analyzed using multiple linear regression.

It is hoped that the results of this research will provide useful insights for PT Indofarma Tbk in optimizing marketing and pricing strategies, as well as improving product quality to strengthen customer loyalty in the cough medicine market

Keywords: Loyalty, Business, Quality, Customer

