

ABSTRAK

Adanya kondisi alam yang tidak menentu (kadang musim panas dan kadang musim hujan), perubahan musim panas ke musim hujan maupun perubahan musim hujan ke musim panas (pancaroba) sangat rawan bagi orang untuk terserang penyakit, salah satunya adalah Batuk. Untuk mengantisipasi agar penyakit batuk yang hinggap tidak diderita dalam waktu yang cukup lama, maka masyarakat sering menyediakan obat batuk tersebut sebagai persediaan di rumah apabila sewaktu-waktu menimpa diri seseorang. Oleh sebab itu, untuk memuaskan konsumen, maka banyak perusahaan yang memproduksi obat batuk. Salah satu merek obat batuk yang sudah dikenal adalah Vicks Formula 44. Saat ini, Vicks Formula 44 mempunyai banyak pesaing yang dapat dilihat dari pasar persaingan obat batuk yang kian ketat, karena produsen makin berkembang dan masing-masing aktif memperluas pasar. Hal ini menjadikan suatu produk sulit untuk mendominasi pasar, termasuk produk lama seperti Vicks Formula 44. Pada tahun 2010 tahun *market share* Vicks Formula 44 mengalami penurunan, yang berarti hanya sebagian kecil konsumen yang melakukan pembelian. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk, seperti produk, harga, distribusi dan promosi. Oleh karena itulah maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh produk, harga, promosi dan distribusi terhadap keputusan pembelian Vicks Formula 44 secara parsial maupun simultan. Lokasi penelitian adalah di Swalayan Ada Siliwangi dengan alasan produk lengkap, harga murah dan bersaing, terdapat program promo berhadiah, pelayanan memuaskan, berada di pinggir kota yang semakin ramai, produknya bersaing.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian Vicks Formula 44 di Swalayan Ada Silwangi. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *Accidental Sampling*. Jenis datanya adalah primer. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda.

Hasil analisis dengan menggunakan SPSS Versi 13 menunjukkan bahwa : (1). Hasil Regresi = $Y = 0,355 (X_1) + 0,247 (X_2) + 0,229 (X_3) + 0,155 (X_4)$. (2). Produk mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian Vicks Formula 44 secara parsial. (3). Harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian Vicks Formula 44 secara parsial. (4). Distribusi mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian Vicks Formula 44 secara parsial. (5). Promosi mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian Vicks Formula 44 secara parsial. (6). Produk, Harga, Distribusi dan Promosi mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian Vicks Formula 44 secara simultan. (7). Pengaruh Produk, Harga, distribusi dan Promosi terhadap keputusan pembelian sebesar 85,3% (*Adjusted R Square* = 0,853).

Kata Kunci : Produk, Harga, Distribusi, Promosi dan Keputusan Pembelian.