

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mencari pengaruh dari indikator variabel eksogen yang mempengaruhi variabel endogen, serta yang dimodifikasi oleh variasi produk. Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa:

1. Semakin tepat penentuan harga, maka semakin meningkatkan keputusan pembelian konsumen baik pada apotek konvensional maupun pada apotek online.
2. Semakin banyak promosi, maka semakin tinggi keputusan pembelian baik pada apotek konvensional maupun pada apotek online.
3. Semakin bagus kualitas pelayanan, akan semakin mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada apotek konvensional maupun apotek online.
4. Semakin terjamin keamanan berbelanja karena ada faktor lain yang lebih berpengaruh dalam keputusan pembelian suatu produk harus menjadi fokus utama bagi penjual, sehingga strategi pemasaran yang efektif dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dalam bertransaksi, baik secara online maupun konvensional.
5. Jenis produk yang tinggi semakin memoderasi hubungan antara variabel keamanan terhadap keputusan pembelian pada apotek online dan konvensional.

6. Jenis produk tidak memoderasi variabel harga, promosi dan pelayanan terhadap keputusan pembelian baik pada apotek konvensional maupun apotek online.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan penelitian yaitu:

1. Pengisian melalui google form dan tidak dilakukan secara tatap muka sehingga tidak bisa memantau kesungguhan responden dalam mengisi kuisioner.
2. Penelitian hanya mengambil responden dari wilayah Surabaya, sehingga cakupan responden kurang luas

Dari keterbatasan penelitian diatas, diharapkan dapat memperbaiki penelitian oleh peneliti selanjutnya.

5.3 Saran

Penelitian ini diharapkan dapat dikembangkan oleh peneliti selanjutnya, oleh karena itu pada penelitian ini memberikan saran:

1. Menambah jumlah responden agar hasil penelitian lebih akurat dan representatif.
2. Menggunakan kombinasi metode kuantitatif dan kualitatif, di mana metode kualitatif dapat digunakan untuk memperkuat temuan dari metode kuantitatif.

3. Tidak hanya mendistribusikan kuesioner melalui formulir online, tetapi juga melakukan pencarian responden secara langsung untuk meningkatkan akurasi data.
4. Melakukan analisis lebih lanjut terkait perbedaan perilaku pembelian antara apotek konvensional dan apotek online.
5. Melakukan perbandingan faktor-faktor yang mempengaruhi dalam Keputusan Pembelian di Apotek Konvensional dan Apotek Online



DAFTAR RUJUKAN

- Akmar, Muh. M., Deby Rita Karundeng, Mohamad Afan Suyanto. (2021). MABSYA: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah, Vol 3 No1 pp. 75-91. DOI: 10.2490.mabsya.v3i1.4746
- Cao, Y., Haya A., Paul, H. (2018). Post-purchase shipping and customer service experiences in online shopping and their impact on customer satisfaction: An empirical study with comparison. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol 30, Issue: 2, pp. 400-416. DOI: 10.1108/APJML-04-2017-0071
- Chernev, A. (2020). *The Marketing Plan Handbook*. USA: Cerebellum Press
- Chiu, Y.P., Shao K.L., Ai Y.H., Yujong H. (2019). Computers in Human Behavior: Exploring why people spend more time shopping online than in offline stores. *Elsevier*, Vol 95, pp. 24-30. DOI: 10.1016/j.chb.2019.01.029
- Chung, K.H., Ji, S. (2009). The Relationship Between Site Characteristics, Relationship Quality, and Word of Mouth. *International Journal of Business and Information*, Vol 4, No 2, pp. 137-160
- Darsana, I.M., Suci, R., Erni, S., Ahmad, Y.A., Khoirun, N.B., Nani, H.A., S. Hikmah, J., DR Hotden, L. N., Dr Samuel, PD, A., Dr Arif, N. (2023). *Strategi Pemasaran*. Bali : Intelektual Manifes Media
- Dewi, M.S.E., Andhatu, A. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen: Studi Pada Online Shop Shopee. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Vol 20, No 1, pp. 80-87
- Eine, B., & Charoensukmongkol, P. (2021). A Cross-Cultural Perspective on Factors that Influence the Intention to Repurchase in Online Marketplaces: A Comparison Between Thailand and Germany. *Asian Journal of Business Research*, Vol 11, No 1, pp. 20–39. DOI: 10.14707/ajbr.210097
- Espinoza, M.C., Varsha, G., Kiran, P., Rupesh, S., Corina, E.O.M., Kolhe, M.S., Rishikays, K. (2021). Consumer Behavior Analysis on Online and Offline Shopping During Pandemic Situation. *International Journal of Accounting &*

Finance in Asia Pasific (IJAFAP), Vol 4, No 3, pp. 75-87. DOI: 10.32535/ijafap.v4i3.1208

Fatihudin, D., dan Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (strategi, mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan*, Deepublish

Fittler, A., Tunde, A., Anna, S., Lenka S., Anna K., Aleksandra, S., Matyas, K. (2022). Attitude dan behaviors regarding online pharmacies in the aftermath os Covid-19 pandemic: At the tipping point towards the new normal. *Front Pharmacol*, Vol 13. DOI: 10.3389/fphar.2022.107473

Ghozali, I. (2018). *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Salemba Empat

Ghozali I., Hengky, L. (2014). *Partial Least Squares Konsep, Metode dan Aplikasi, Menggunakan Program WarpPLS 4.0*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang

Herawati, H, Muslikah. (2019). Pengaruh Promosi Dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Sariayu Putih Langsung (Studi Kasus Pada Factory Outlet PT. Martina Berto Tbk.). *Kinerja Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol 2, No 1.

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press. p p. 29-32

International Pharmaceutical Federation. (2021). *Online Pharmacy operations and distribution of medicines*. The Hague, Netherlands

Hair, Joe, Marko Sarstedt, Volker Kuppelwieser. (2014). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM): An Emerging Tool for Business Research. *European Business Review*, Vol. 26, No 2, pp. 106-121. DOI:10.1108/EBR-10-2013-0128

Jusuf, Dewi I. (2018). *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online*. Edisi I, Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Kaur, S., dan Kaur, V. (2018). Comparative Study on Online Vs. Offline Shopping. *International Journal of Creative Research Thoughts*, Vol 6, No 1, pp. 1460–1470. <https://ijcrt.org/papers/IJCRT1705208.pdf>

Kavya. (2016). A Conceptual Study on the Impact of Online Shopping towards Retailers and Consumers. *International Journal of Advanced Trends in Engineering and Technology (IJATET)*, Vol 1, No 1, pp. 25–29. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2977181

Kotler, P., Keller, K.L., Koshy, A., & Jha, M. (2017). *Marketing Management*. New York : Pearson

Muntaqheem, M., & Raiker, S. D. (2019). A study on consumer behavior towards online and offline shopping. *IRE Journals*, Vol 3 No 4, pp. 56-62

Muda, M., Mohd, R., dan Hassan, S. (2016). Online Purchase Behavior of Generation Y in Malaysia. *Procedia Economics and Finance*, Vol 37, pp. 292–298. DOI: 10.1016/s2212-5671(16)30127-7

Nurmawati. (2018). *Perilaku Konsumen*. Malang: Media Nusa Creative. pp. 2-8

Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) No. 8 Tahun 2020 tentang Pengawasan Obat dan Makanan Yang Diedarkan Secara Daring

Pranata, Gempur. 2018. Analisis Perubahan Perilaku Konsumen Dari Toko Konvensional Ke Toko Online Di Kalangan Mahasiswa FISIP UMSU Medan

Rahayu, Listya Puji, Ari Susanti. (2022). Pengaruh Faktor Harga, Keamanan, Kemudahan, dan Kepercayaan Terhadap Perilaku Belanja Online Dimasa Pandemi Covid-19. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, Vol 3, No 3, pp. 538-544. DOI: 10.47065/ekuitas.v3i3.1279

Raman, A., dan Viswanathan, A. (2011). Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer. *3rd International Conference on Wireless Information Networks & Business Information System (WINBIS-2011) Proceedings published by International Journal of Computer Applications® (IJCA)*

Saleh, H. M. Y. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV Sah Media

Siregar, Y.B. (2022). *Evolusi Perilaku Konsumen di Era Digital*. STIKS Tarakanita. Tidak Diterbitkan.

Siagian, Y.M. (2023). *Supply Chain Management dalam Dunia Bisnis*. Jakarta : Grasindo

Soboleva, M.S. (2022). The Frequency and Efficiency of The Application of Online Sources For Searching Drug Information and Self-Treatment. *Pharmacophore*, Vol 13, No 6, pp. 90-96. 6. DOI : 10.51847/6u1Mi7A1Wj

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabet

Thomson. (2013). Analisis Pagaruh Kualitas Pelayanan Konsumen Pada Warung Ucok Durian Iskandar Muda Medan Terhadap Keputusan Pembelian. FE USU

Wulandari, T. (2017). Analisis Proses Keputusan Pembelian Mahasiswa Melalui Ekuitas Merek Politeknik Perdana Mandiri Dan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Dan Bisnis (Stieb) Perdana Mandiri Purwakarta. Tidak Diterbitkan.

Yulia, P.R., Lukman, M.B. (2016). Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Apotek Dan Tingkat Pengetahuan Konsumen Mengenai Standar Pelayanan Kefarmasian Yang Berlaku (Studi Kasus Di Kota Depok). *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*. Vol 2, No 3. DOI: 10.17358/jabm.2.3.312

Yunita, N.R., Hadi, S., Umi, F. (2019). Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Buka Lapak (Studi Kasus Pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo). *ISOQUANT : Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi*. Vol 3, No 1, pp. 90 – 105

