

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR MARKETING MIX YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO SEMBAKO HASIBUAN**

**TUGAS AKHIR**

Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Labuhanbatu



**OLEH:**

**PUTRI WIDIA ASTUTI  
2101100213**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS LABUHANBATU  
RANTAUPRAPAT  
2025**

## **LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

NAMA : TASYA DWI ANDINI  
NPM : 2101100166  
PROGRAM STUDI : S-1 MANAJEMEN  
JUDUL ARTIKEL : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR MARKETING MIX  
YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO SEMBAKO HASIBUAN

RANTAUPRAPAT, Agustus 2025

PEMBIMBING UTAMA

PEMBIMBING PENDAMPING

  
Muhammad Irwansyah Hasibuan, SE, M.Si  
NIDN. 0106017901

  
Praida Hansyah, S.Ag, M.A  
NIDN. 0114087001

MENYETUJUI:

DEKAN



KAPRODI MANAJEMEN



## **LEMBAR PERNYATAAN ORIGINAL TUGAS AKHIR**

NAMA : TASYA DWI ANDINI  
NPM : 2101100166  
PROGRAM STUDI : S-1 MANAJEMEN  
JUDUL ARTIKEL : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR MARKETING MIX YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO SEMBAKO HASIBUAN

Dengan ini penulis menyatakan bahwa TUGAS AKHIR ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu adalah hasil karya tulis penulis sendiri. Semua kutipan maupun rujukan dalam penulisan TUGAS AKHIR ini telah penulis cantumkan sumbernya dengan benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Jika di kemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian TUGAS AKHIR ini bukan hasil karya penulis atau plagiat, penulis bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang disandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Rantauprapat AGUSTUS 2025

Yang Membuat Pernyataan



PUTRI WIDIA ASTUTI  
NPM. 2101100213

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis ucapkan kepada Tuhan yang Maha Esa, karena Kasih dan Rahmad-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan TUGAS AKHIR, yang penulis berjudul: "**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR MARKETING MIX YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO SEMBAKO HASIBUAN**". Adapun tujuan penyusunan TUGAS AKHIR ini adalah untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) pada program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua yang telah banyak memberi dukungan baik materi maupun spiritual sehingga penulis dapat lebih semangat dalam menyelesaikan TUGAS AKHIR ini. Semua pihak yang memberikan bantuan berupa bimbingan maupun moral maupun material, yang terutama yang terhormat:

1. Bapak Assoc. Prof. Ade Parlaungan Nasution, SE, M.Si, Ph.D Selaku Rektor Universitas Labuhanbatu
2. Bapak Pristiyono, SE, M. Si, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
3. Bapak Muhammad Irwansyah Hasibuan, SE, M. Si, Selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
4. Bapak Yuniman Zebua, SE, MM Selaku Ketua Program Studi Manajemen Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.

5. Ibu Hj. Novrihan Leily Nasution, S.E., M.Si Selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah menyediakan waktu, pengarahan, bimbingan dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
6. Ibu Praida Hansyah, S.Ag., M.A Selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah menyediakan waktu, pengarahan, bimbingan dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
7. Seluruh Dosen Tetap Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
8. Seluruh Staf Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
9. Ayah dan Ibunda tercinta yang tiap kali memberikan semangat dan doa untuk anaknya.
10. Seluruh teman-teman satu angkatan prodi manajemen yang memberikan motivasi untuk dapat menyelesaikan TUGAS AKHIR.

Akhir kata penulis berharap semoga TUGAS AKHIR dapat bermanfaat bagi para pembaca dan kita semua, sebagai bahan referensi dan menambah wawasan ilmu pengetahuan khususnya di bidang studi manajemen.

**Rantauprapat, Agustus 2025**

**Penulis**  
  
**PUTRI WIDIA ASTUTI**