

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN (*MARKETING MIX*)  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APOTEK  
MIKHA DI JALAN LINTAS BLOK SONGO**

**SKRIPSI**

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



**SULISNA WANTI MANURUNG  
2001200171**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS LABUHANBATU  
RANTAUPRAPAT  
2024**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : SULISNA WANTI MANURUNG  
NPM : 2001200171  
PROGRAM STUDI : S-1 MANAJEMEN  
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN (*MARKETING MIX*) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APOTEK MIKHA DI JALAN LINTAS BLOK SONGO

RANTAU PRAPAT, 03 Juli 2024

PEMBIMBING UTAMA


  
HJ. NOVRIHAN LEILY NASUTION, SE, M.Si  
NIDN. 0122117202

PEMBIMBING PENDAMING

  
NUR'AINUN GULO S.Pd.I, M.Pd  
NIDN. 0105058301

MENYETUJUI :

  
DEKAN  
PRISTYONO, SE, M.Si  
NIDN. 0116118301

  
KAPRODI MANAJEMEN  
ABD. HALIM, SE, M.Si  
NIDN. 0126128901

## LEMBAR PERNYATAAN ORIGINAL SKRIPSI

NAMA : SULISNA WANTI MANURUNG  
NPM : 2001200171  
PROGRAM STUDI : S-1 MANAJEMEN  
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN (*MARKETING MIX*) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APOTEK MIKHA DI JALAN LINTAS BLOK SONGO

Dengan ini penulis menyatakan bahwa skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu adalah hasil karya tulis penulis sendiri. Semua kutipan maupun rujukan dalam penulisan skripsi ini telah penulis cantumkan sumbernya dengan benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Jika dikemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian skripsi 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, 03 Juli 2024

Yang Membuat Pernyataan



Sulisna Wanti Manurung

NPM. 2001200171

## ABSTRAK

**Sulisna Wanti Manurung. NPM. 2001200171. Analisis Strategi Pemasaran (*Marketing Mix*) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Apotek Mikha Di Jalan Lintas Blok Songo, Skripsi. 2024.**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Strategi Pemasaran (*Marketing Mix*) yaitu pengaruh Produk, Harga, Tempat dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Apotek Mikha di Jalan Lintas Blok Songo. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen Apotek Mikha sebanyak 30 orang dengan menggunakan sampling jenuh. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa uji secara parsial (Uji T), nilai  $t_{hitung}$  produk  $2.292 >$  nilai  $t_{tabel}$   $2,060$  dan nilai signifikan  $0,031 < 0,05$ , yang berarti produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai  $t_{hitung}$  harga  $2.473 >$  nilai  $t_{tabel}$   $2,060$  dan nilai signifikan  $0,021 < 0,05$ , yang berarti harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai  $t_{hitung}$  tempat  $2.272 >$  nilai  $t_{tabel}$   $2,060$  dan nilai signifikan  $0,032 < 0,05$ , yang berarti tempat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai  $t_{hitung}$  promosi  $2.195 >$  nilai  $t_{tabel}$   $2,060$  dan nilai signifikan  $0,038 < 0,05$ , yang berarti promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan uji secara simultan (Uji F) menunjukkan bahwa nilai  $f_{hitung}$   $50.724 >$  nilai  $f_{tabel}$   $2.74$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Yang berarti bahwa produk, harga, tempat, dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Keputusan pembelian dijelaskan oleh produk, harga, tempat, dan promosi sebesar  $87,30\%$ , sedangkan sisanya  $12,70\%$  dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.

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

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas segala kasih karunia dan rahmadnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Skripsi ini disusun guna melengkapi dan memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Studi S1 Manajemen di Universitas Labuhanbatu. Skripsi ini berjudul “Analisis Strategi Pemasaran (*Marketing Mix*) terhadap Keputusan Pembelian pada Apotek Mikha di Jalan Lintas Blok Songo”

Penulis telah menerima bimbingan, saran, motivasi, dan doa dari berbagai pihak selama penulisan Skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan Terimakasih kepada semua pihak, yaitu kepada :

1. Bapak 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 Abdul Halim, SE, M.Si selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
4. Ibu Hj. Novrihan Leily Nasution, SE, M.Si, selaku Pembimbing Utama yang memberikan banyak arahan didalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Nur'ainun Gulo S.Pd.I, M.Pd selaku Pembimbing Pendamping yang memberikan saran didalam penyempurnaan penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Labuhanbatu yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan yang sangat berguna kepada penulis.
7. Bapakku Alm. Janter Manurung yang menjadi motivasi terbesar kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Mamaku Nurmita Br. Sagala yang telah memberikan perhatian, kasih sayang, dan doa kepada penulis selama ini.
9. Nangudaku Delfrita Br. Pangaribuan yang telah memberikan dukungan dan nasihat kepada penulis selama ini.
10. Seluruh keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan kepada penulis sehingga penulis menjadi lebih bersemangat didalam menyusun skripsi ini.

11. Teman-teman penulis Rina, Rini, dan Yesika yang telah menemani penulis selama penyelesaian skripsi ini.

12. Penulis sendiri yang mampu bertahan dalam berbagai cobaan sehingga sampai sejauh ini dapat menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan kita semua, sebagai bahan referensi dan menambah wawasan ilmu pengetahuan khususnya dibidang Studi Manajemen.

Rantauprapat,

2024

Penulis



Sulisna Wanti Manurung

NPM. 20.012.00.171

## DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORIGINAL SKRIPSI.....	ii
ABSTRAK .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan dan Rumusan Masalah .....	5
1. Batasan Masalah.....	5
2. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI .....	7
A. Penelitian Terdahulu.....	7
B. Uraian Teoritis.....	8
1. Pengertian Strategi Pemasaran .....	8
2. Pengertian <i>Marketing Mix</i> .....	10
a. Produk ( <i>Product</i> ) .....	11
b. Harga ( <i>Price</i> ) .....	12
c. Tempat ( <i>Place</i> ) .....	13
d. Promosi ( <i>Promotion</i> ) .....	14
3. Pengertian Keputusan Pembelian .....	15
C. Kerangka Konseptual .....	17
D. Hipotesis Penelitian.....	18
BAB III METODE PENELITIAN.....	19
A. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	19
B. Populasi Dan Sampel Penelitian.....	19
1. Populasi Penelitian .....	19

2. Sampel Penelitian .....	19
C. Defenisi Operasional Variabel .....	20
D. Jenis Dan Sumber Data .....	22
E. Teknik Pengumpulan Data .....	23
F. Uji Instrumen Penelitian .....	24
1. Uji Vadilitas.....	24
2. Uji Reliabilitas.....	27
G. Metode Analisis Data .....	27
1. Uji Asumsi Klasik .....	27
2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	28
3. Uji Hipotesis.....	28
a. Uji Parsial (Uji T) .....	28
b. Uji Simultan (Uji F) .....	29
c. Koefisian Determinasi ( $R^2$ ) .....	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	30
A. Hasil Penelitian .....	30
1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	30
2. Deskriptif Responden .....	31
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	31
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ....	32
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan ..	32
3. Deskriptif Variabel Penelitian .....	33
a. Deskriptif Jawaban Responden Variabel Produk ( $X_1$ ) ...	33
b. Deskriptif Jawaban Responden Variabel Harga ( $X_2$ ) ....	33
c. Deskriptif Jawaban Responden Variabel Tempat ( $X_3$ ) ..	34
d. Deskriptif Jawaban Responden Variabel Promosi ( $X_4$ ) .	34
e. Deskriptif Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	35
4. Uji Asumsi Klasik .....	35
a. Uji Normalitas.....	35
b. Uji Multikolinearitas.....	36
c. Uji Heteroskedaritas.....	37
5. Analisis Regresi Linier Berganda.....	38



6. Pengujian Hipoesis .....	39
a. Uji Parsial (Uji T) .....	39
b. Uji Simultan (Uji F) .....	40
B. Pembahasan .....	41
1. Produk Berpengaruh Dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian .....	41
2. Harga Berpengaruh Dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian .....	41
3. Tempat Bepengaruh Dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian .....	42
4. Promosi Berpengaruh Dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelia .....	42
5. Produk, Harga, Tempat, Dan Promosi Berpengaruh Dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian.....	43
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	44
A. Kesimpulan.....	44
B. Saran .....	44
DAFTAR PUSTAKA .....	45

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Apotek di Desa Sisumut, Kecamatan Kotapinang .....	2
Tabel 1. 2 Golongan dan Harga Obat pada Apotek Mikha.....	3
Tabel 1. 3 Hasil Penjualan Obat, pada Apotek Mikha.....	4
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian .....	19
Tabel 3. 2 Defenisi Operasional Variabel.....	21
Tabel 3. 3 Instrumen Skala Likert.....	24
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Produk ( $X_1$ ) .....	24
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Harga ( $X_2$ ) .....	25
Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Tempat ( $X_3$ ) .....	25
Tabel 3. 7 Hasil Uji Validitas Promosi ( $X_4$ ) .....	26
Tabel 3. 8 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) .....	26
Tabel 3. 9 Hasil Uji Reliabilitas .....	27
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	31
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	32
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	32
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Tentang Produk ( $X_1$ ) .....	33
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Tentang Harga ( $X_2$ ) .....	33
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Tentang Tempat ( $X_3$ ).....	34
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Tentang Promosi ( $X_4$ ).....	34
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian (Y) .....	35
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas .....	37
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	38
Tabel 4. 11 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	39
Tabel 4. 12 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	40
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ ) .....	41

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Grafik Hasil Penjualan pada Apotek Mikha .....	4
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	18
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi pada Apotek Mikha.....	30
Gambar 4. 2 Grafik Histogram .....	35
Gambar 4. 3 Grafik Normal P-P Plot.....	36
Gambar 4. 4 Uji Heteroskedaritas.....	37

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	47
Lampiran 2. Distribusi Nilai $r_{tabel}$ Signifikan 5% dan 1% .....	51
Lampiran 3. Distribusi Nilai $t_{tabel}$ .....	52
Lampiran 4. Distribusi Nilai Tabel $F_{0,5}$ .....	53
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan SPSS .....	54