



SKRIPSI

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN
(PRODUK, HARGA, TEMPAT DAN PROMOSI) TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN**

Oleh :

Vify Lestari

050218A242

**PROGRAM STUDI FARMASI
FAKULTAS ILMU KESEHATAN
UNIVERSITAS NGUDI WALUYO
TAHUN 2020**



**PENGARUH BAURAN PEMASARAN
(PRODUK, HARGA, TEMPAT DAN PROMOSI) TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagai persyaratan mencapai gelar Sarjana Farmasi
(S.Farm)

Oleh :

Vify Lestari
050218A242

**PROGRAM STUDI FARMASI
FAKULTAS ILMU KESEHATAN
UNIVERSITAS NGUDI WALUYO
TAHUN 2020**

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi berjudul:

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN
(PRODUK, HARGA, TEMPAT DAN PROMOSI) TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN**

Oleh :

Vify Lestari
NIM. 050218A242

**PROGRAM STUDI FARMASI
FAKULTAS ILMU KESEHATAN
UNIVERSITAS NGUDI WALUYO**

Telah diperiksa dan disetujui oleh pembimbing serta telah diperkenankan untuk
diujikan

Ungaran, 24 Agustus 2020

Pembimbing Utama



apt. Niken Dyahariesti, S.Farm., M.Si
NIDN. 0609118702

Pembimbing Pendamping



apt. Galih Adi Pramana, S.Farm., M.Farm
NIDN. 062702028902

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul:

PENGARUH BAURAN PEMASARAN (PRODUK, HARGA, TEMPAT DAN PROMOSI) TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN


Disusun oleh :

Vify Lestari
050218A242

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Program Studi Farmasi
Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Ngudi Waluyo pada :

Hari : Senin
Tanggal : 24 Agustus 2020


Tim Penguji: Ketua/Pembimbing Utama


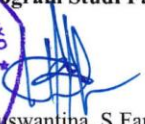

apt. Niken Dyahariesti, S.Farm., M.Si.
NIDN. 0609118702

Anggota/Penguji


apt. Anita Kumala Hati, S.Farm., M.Si.
NIDN. 0604108601

Anggota/Pembimbing Pendamping


apt. Galih Adi Pramana, S.Farm., M.Farm.
NIDN. 062702028902


Ketua Program Studi Farmasi

apt. Richa Yuswantina, S.Farm., M.Si.
NIDN. 0630038702

PERNYATAAN ORISINILITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Vify Lestari

NIM : 050218A242

Mahasiswi : Program Studi Farmasi, Universitas Ngudi Waluyo

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi berjudul **“PENGARUH BAURAN PEMASARAN (PRODUK, HARGA, TEMPAT DAN PROMOSI) TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN”** adalah karya ilmiah asli dan belum diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di Perguruan Tinggi manapun
2. Skripsi ini merupakan ide dan hasil karya murni saya yang dibimbing dan dibantu oleh tim pembimbing dan narasumber
3. Skripsi ini tidak memuat karya atau pendapat orang lain yang dipublikasikan kecuali secara tertulis dicantumkan dalam naskah sebagai acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan judul aslinya serta dicantumkan dalam daftar pustaka
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh dan sanksi lain yang sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Ngudi Waluyo

Ungaran, Agustus 2020

Yang membuat Pernyataan



 VF
Vify Lestari

HALAMAN KESEDIAAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Vify Lestari
NIM : 050218A242
Program studi/Fakultas : Farmasi/Ilmu Kesehatan

Menyatakan memberi kewenangan kepada Program Studi Farmasi (Dosen Pembimbing Skripsi) untuk menyimpan, mengalih media/formatkan, dan mempublikasikan skripsi saya dengan judul **“PENGARUH BAURAN PEMASARAN (PRODUK, HARGA, TEMPAT DAN PROMOSI) TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN”** untuk kepentingan akademis.

Ungaran, Agustus 2020
Yang membuat Pernyataan



Vify Lestari

HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

Sesungguhnya sesudah
kesulitan itu ada kemudahan.”

(QS. Al-Insyiroh:6)

“Bukan pelangi namanya jika hanya ada warna merah. Bukan hari namanya jika hanya ada siang yang panas. Semua itu adalah warna hidup yang harus dijalani dan dinikmati. Meski terasa berat, namun manisnya hidup justru akan terasa, apabila semuanya bisa dilalui dengan baik”

Alhamdulillah..Alhamdulillah..Alhamdulillahirobbil’alamin..

Sujud syukurku kusembahkan kepadamu Tuhan yang Maha Agung nan Maha Tinggi nan Maha Adil nan Maha Penyayang, atas takdirmu telah kau jadikan aku manusia yang senantiasa berpikir, berilmu, beriman dan bersabar dalam menjalani kehidupan ini. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal bagiku untuk meraih cita-cita besarku.

Kupersembahkan Skripsi ini kepada orang-orang yang sangat kukasih dan kusayang.

Ayah dan Ibu Tercinta

Kupersembahkan sebuah karya kecil ini untuk Ayahanda (H. Suar.T)dan Ibundaku (Hj. Kamnah S.Pd) tercinta, yang tiada pernah hentinya selama ini memberiku semangat, doa, dorongan, nasehat dan kasih sayang serta pengorbanan yang tak tergantikan hingga aku selalu kuat menjalani setiap rintangan yang ada didepanku.,, Ayah,.. Ibu... mungkin tahun ii merupakan tahun terberat bagi kita bersama karena terpisahkan Jarak yang cukup jauh dan waktu yang lama, insyaallah Ananda pulang dengan sukses ibu ayah. Terimalah bukti kecil ini sebagai kado keseriusanku untuk membalas semua pengorbananmu.. dalam hidupmu demi hidupku kalian ikhlas mengorbankan segala perasaan tanpa kenal lelah, dalam lapar berjuang separuh nyawa hingga segalanya.. Maafkan anakmu Ayah,, Ibu,, masih saja ananda menyusahkanmu. Lantunan Al-fatihah beriring Shalawat dalam silahku merintih, menadahkan doa dalam syukur yang tiada terkira, terima kasihku untukmu. Teruntuk My First hero Ayah(Alm. Jamalus) mungkin tiada kata-kata yang dapat menuliskan akan besarnya rindu padamu ayah...mungkin hanya lewat Do'a dan Al-fatihah ananda mencurahkan rasa itu. Kupersembahkan ini untuk ayah dari Vify Kecilmu

Adik-adik dan orang terdekatku

Kepada Kedua Adikku (Taufik Rezu Setiawan) dan sibontot My UNYIL (M. Afdal Syaugi), terima kasih atas do'a dan supportnya yang telah diberikan selama ini dan semoga adikku tercinta dapat menggapai keberhasilan di kemudian hari akan lebih membahagiakan ayah dan ibu.. Kakak janji kita pasti berkumpul kembali. Untuk Kakek, Nenek, Om Ayat, Tek Elni, Om Burman, terimalah ini sebagai kado kecil untuk kalian yang selalu menyemangati ananda disaat jauh dari rumah dan disaat merasa susah.

Dosen Pembimbing Tugas Akhir

Bu Niken dan Pak galih selaku dosen pembimbing skripsi saya, terima kasih banyak sudah membantu membimbing dan mengarahkan sampai skripsi ini selesai

Teman-Teman

*Teruntuk teman Kos Aditya Taylor, temen keluh kesah, temen seperantauan Kalimantanku **Olfah, Rizka, Adis dan Geb** terima kasih waktu bersamanya, canda tawa, nasehat, motifasi, dukungannya yang selalu ada disaat suka duka, semoga pertemanan kita ini akan selalu terjaga sampai kapanpun dan bisa bareng untuk Lanjut Apoteker. Untuk **Wulan dan Artik** terima kasih semangat, untuk menyelesaikan S.Farm dibelakang nama, next kalian semoga bisa lanjut S.Farm. teruntuk rekan rekan seperjuangan I Will Be There For You. Untuk teman-teman seangkatan **Farmasi Transfer 2018** terima kasih kebersamaan dan kenangan yang indahnyanya selama ini, ternyata kita berpisah tanpa ada sepele kata alias berpisah di ujung jalan karena disebabkan COVID 19... semoga kita bisa lanjut Profesi Apoteker dan menjadi apoteker di masa yang akan datang.*

Hanya sebuah karya kecil dan untaian kata-kata ini yang dapat saya persembahkan kepada kalian semua. Terimakasih saya ucapkan. Atas segala kekhilafan dan kekurangan, skripsi ini kupersembahkan.

Saya yang berbahagia,

Vify Lestari, S. Farm

Universitas Ngudi Waluyo
Program Studi Farmasi, Fakultas Ilmu Kesehatan
Skripsi, Agustus 2020
Vify Lestari
050218A242

Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Tempat Dan Promosi) Terhadap Minat Beli Konsumen

ABSTRAK

Latar Belakang: pertumbuhan penduduk di Indonesia mengakibatkan meningkatnya kebutuhan masyarakat. Perusahaan dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen. Hal tersebut diimbangi dengan munculnya berbagai perusahaan yang memproduksi produk barang dan jasa, sehingga sekarang ini banyak perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam jenis usaha yang sama. Hal ini membuat persaingan semakin ketat dalam dunia bisnis. Setiap perusahaan pada umumnya ingin produknya laku dipasaran. Usaha yang dilakukan agar mencapai tujuan yang telah ditentukan perusahaan salah satunya melalui menerapkan strategi dalam bauran pemasaran yaitu produk, harga, tempat dan promosi.

Tujuan: Penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh bauran pemasaran terhadap minat beli konsumen.

Metode: Penelitian ini merupakan penelitian studi literatur dengan metode sistematik review menggunakan enam acuan literatur yakni artikel penelitian nasional dan internasional yang terakreditasi.

Hasil: Hasil review artikel terhadap enam jurnal yang menunjukkan hasil sudah relevan dengan tujuan yang sudah ditetapkan adalah pada jurnal 1 hasil menunjukkan bahwa variabel produk, harga, promosi dan tempat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Jurnal 3 menunjukkan hasil bahwa variabel produk, harga, promosi, dan tempat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Jurnal 4 hasil menunjukkan bahwa variabel produk, harga, promosi dan tempat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, dan Sedangkan jurnal 2 hasil menunjukkan hanya variabel produk, tempat dan promosi yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen begitu juga dengan jurnal 5 hasilnya menunjukkan hanya variabel produk dan variabel promosi yang berpengaruh. Jadinya masih ada yg belum relevan karena masih ada beberapa variabel yang belum berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

Kesimpulan: Pada garis besar bauran pemasaran telah memberikan pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen, hanya ada beberapa sebagian kecil yang tidak berpengaruh. Secara simultan variabel bauran pemasaran berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Minat Beli Konsumen, Masyarakat, Kebutuhan

Ngudi Waluyo University
Study Program of Pharmacy Faculty of Health Sciences
Final Project, August 2020
Vify Lestari
050218A242

The Effect of Marketing Mix (Product, Price, Place and Promotion) on Consumer Purchase Interest

ABSTRACT

Background: population growth in Indonesia results in increased community needs. Companies are required to be able to meet the needs and desires of consumers. This was offset by the emergence of various companies producing goods and services, so that today many companies are engaged in the same type of business. This makes competition even tighter in the business world. Every company in general wants its products to sell well in the market. One of the efforts made to achieve the goals set by the company is through implementing strategies in the marketing mix, namely product, price, place and promotion.

Purpose: This study was conducted to see the effect of the marketing mix on consumer buying interest.

Methods: This study is a literature study with a systematic review method using six literature references, namely accredited national and international research articles.

Results: The results of review articles on six journals that show the results are relevant to the stated objectives, in journal 1, the results show that the variables of product, price, promotion and place have an effect on consumer purchasing decisions. Journal 3 shows the results that product, price, promotion, and place variables influence consumer purchasing decisions. Journal 4 results show that product, price, promotion and place variables affect consumer purchasing decisions. While the results of journal 2 show that only product, place and promotion variables have an effect on consumer purchasing decisions as well as journal 5, the results show that only product variables and promotional variables have an effect. So there are still some that are not relevant because there are still several variables that have not had a significant effect on purchasing decisions

Conclusion: In general, the marketing mix has had a significant effect on consumer buying interest, there are only a few that have no effect. Simultaneously, the marketing mix variable has an effect on consumer buying interest.

Keywords: Marketing Mix, Consumer Purchase Interest, Society, Needs

PRAKATA



Alhamdulillah rabbil'alamiin, segala puja dan puji syukur kepada Allah SWT dan atas dukungan dan do'a dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi yang berjudul ” **Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Tempat Dan Promosi) Terhadap Minat Beli Konsumen**”. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Farmasi dari Fakultas Ilmu kesehatan Program Studi Farmasi Universitas Ngudi Waluyo Ungaran.

Penyusunan Skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat sesuai dengan harapan. Oleh karena itu, dengan rasa bahagia dan bangga penulis haturkan rasa syukur dan terimah kasih kepada:

1. Allah SWT, karena hanya atas izin dan karunia-Nya lah maka skripsi ini dapat dibuat dan selesai pada waktunya. Puji syukur tak terhingga pada Tuhan Penguasa Alam yang meridhoi dan mengabulkan segala do'a.
2. Prof. Dr. Subiyantoro, M. Hum selaku Rektor Universitas Ngudi Waluyo Ungaran.
3. apt. Richa Yuswantina, S.Farm., M.Si. selaku Kepala Program Studi Farmasi Universitas Ngudi Waluyo Ungaran.
4. apt. Niken Dyahariesti, S.Farm., M.Si, selaku pembimbing utama yang telah meluangkan waktu dalam memberikan bimbingan, arahan, kritik, saran dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini. arahan selama penyusunan Skripsi.
5. apt. Galih Adi Pramana, S.Farm., M.Farm, selaku pembimbing pendamping yang telah meluangkan waktu dalam memberikan bimbingan, arahan, kritik, saran.

6. apt. Anita Kumala Hati, S.Farm., M.Si, selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dalam memberikan masukan, arahan, kritikan dan saran
7. Seluruh dosen dan staf Program Studi Farmasi Universitas Ngudi Waluyo yang tidak dapat penulis menyebutkan satu per satu yang telah memberikan bekal dan ilmu pengetahuan dan wawasannya.
8. Kedua orang tua yang tercinta, Ibu Hj. Kamnah, S.Pd dan Ayah H. Suar. T. terimakasih atas dedikasinya, do'a nya, kasih sayang, dan pemberi semangat kepada penulis untuk bisa mengerjakan Skripsil ini. Semoga Allah SWT selalu memberikan umur Panjang, kesehatan, rezeki, kasih sayang dan rahmat.
9. Teruntuk adik-adikku Taufik Rezu Setiawan dan M. Afdhal Syauqi terima kasih atas do'a dan dukungannya.
10. Teman rasa saudara baruku selama perantauan teruntuk **Olfah, Rizka, Gabrile, Adis, Vereyal, Afifah**, terima kasih sudah setia dan selalu ada disaat susah dan bahagia, disaat lagi kehilangan semangat, pokoknya terima kasih atas persahabatan kita selama ini.
11. Terima kasih juga untuk teman-teman Farmasi Universitas Ngudi Waluyo angkatan 2018 transfer atas dukungannya.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan proposal skripsi ini. Oleh karena itu, penulis menerima segala kritik dan saran yang membangun dalam rangka perbaikan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi perkembangan ilmu kefarmasian dan ilmu pengetahuan pada umumnya.

Ungaran, Agustus 2020

Penulis

RIWAYAT HIDUP



Nama : Vify Lestari
Tempat/Tanggal Lahir : Kp.Panjang Kampar, 04 September 1996
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam

Kewarganegaraan :Indonesia

Alamat : Jawi-Jawi 003/002, Koto Perambahan,
Kampa, Kampar, Pekanbaru-Riau,
Indonesia
Email : Vifylestari04@gmail.com

Pendidikan

1. TK Aisyiyah Bustanul Athfal Kampar (2001-2002)
2. SDN 032 Koto Perambahan (2002-2008)
3. MTs Darul Hikmah Pekanbaru (2008-2011)
4. MAN 4 Kampar (2011-2014)
5. D-III Farmasi Sekolah Tinggi Ilmu Farmasi Riau (2014-2017)
6. Universitas Ngudi Waluyo Ungaran (2018-sekarang)

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| SAMPUL DALAM | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| PERNYATAAN ORISINILITAS..... | iv |
| HALAMAN KESEDIAAN PUBLIKASI..... | v |
| HALAMAN PERSEMBAHAN..... | vi |
| ABSTRAK..... | viii |
| PRAKATA..... | x |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP..... | xii |
| DAFTAR ISI..... | xiii |
| DAFTAR TABEL..... | xv |
| DAFTAR GAMBAR..... | xvi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 4 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 4 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 5 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 6 |
| A. Tinjauan Teoritis..... | 6 |
| 1. Definisi Pemasaran..... | 6 |
| 2. Definisi Bauran Pemasaran (Marketing mix)..... | 7 |

| | |
|---|----|
| 3. <i>Minat Beli Konsumen</i> | 11 |
| 4. <i>Analisis Data</i> | 13 |
| B. Kerangka Teori | 15 |
| C. Kerangka Konsep | 16 |
| BAB III METODE | 17 |
| A. Metode Penyesuaian Dengan Pendekatan Meta Analisis | 17 |
| 1. Deskripsi Metode Pendekatan Meta Analisis..... | 17 |
| 2. <i>Informasi Jumlah dan Jenis Artikel</i> | 17 |
| 3. <i>Isi Artikel</i> .. | 18 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 34 |
| A. Relevansi Metode | 34 |
| B. Relevansi Hasil | 37 |
| C. Pernyataan Hasil..... | 47 |
| D. Keterbatasan..... | 48 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 49 |
| A. Kesimpulan... .. | 49 |
| B. Saran..... | 50 |
| DAFTAR PUSTAKA | 51 |
| LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 4.1 Analisis Data Variabel Bauran Pemasaran Untuk Produk Mastin (Ekstrak Kulit Manggis)..... | 38 |
| Tabel 4.2 Analisis Korelasi Pearson..... | 41 |
| Tabel 4.3 Analisis Regresi Berganda..... | 42 |
| Tabel 4.4 Hasil Analisis Regresi Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli <i>Suplemen Curcuma</i> <i>Emultion</i> di Banjarmasin | 43 |
| Tabel 4.5 Hasil Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Obat Generik di Apotek Saiyo Farma Jombang | 45 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji T Pengaruh Bauran Pemasaran Panadol untuk Nyeri Kepala Terhadap Keputusan Pembelian..... | 46 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Teori..... | 15 |
| Gambar 2.2 Kerangka Konsep..... | 16 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| Lampiran 1. Artikel Nasional..... | 55 |
| Lampiran 2. Artikel Internasional..... | 66 |
| Lampiran 3. Artikel Nasional..... | 75 |
| Lampiran 4. Artikel Nasional..... | 85 |
| Lampiran 5. Artikel Nasional..... | 100 |