

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang Berjudul

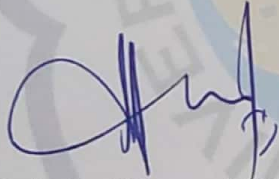
**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN MEMBELI
OBAT DI APOTEK MARSILV KOTA GORONTALO**

Oleh:

PUTRIANI ISA
NIM: 821417044

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Pembimbing 1



Madania, S.Farm., M.Si., Apt
NIP. 198305182010122005

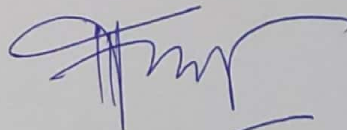
Pembimbing 2



Dr. Nur Rasdianah, S.Si., M.Si., Apt
NIP. 198002202008012007

Mengetahui

Ketua Program Studi S1 Farmasi



Dr. Teti Sutriati Tuloli, M.Si., Apt.
NIP. 19800220 200801 2 007

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang Berjudul

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN MEMBELI
OBAT DI APOTEK MARSILV KOTA GORONTALO**

Oleh:

PUTRIANI ISA
NIM: 821417044

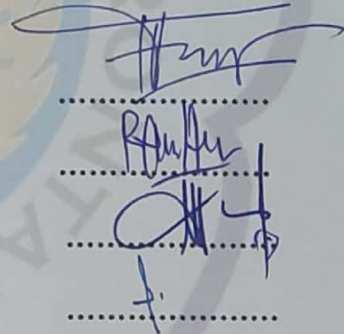
Telah dipertahankan di depan dewan penguji

Hari/Tanggal : **Jumat/27 Mei 2022**

Waktu : **10.00-11.00 WITA**

Penguji :

1. **Dr. Teti Sutriyati Tuloli, M.Si., Apt**
NIP. 19800220 200801 2 007
2. **Ariani Hutuba, S.Farm., M.Sc**
NUPN. 9900007413
3. **Madania, S.Farm., M.Si., Apt**
NIP. 198305182010122005
4. **Dr. Nur Rasdianah, S.Si., M.Si., Apt**
NIP. 198002202008012007



.....
.....
.....
.....

Gorontalo, Mei 2022

Dekan Fakultas Olahraga dan Kesehatan

Universitas Negeri Gorontalo



Prof. Dr. Hj. Herlina Jusuf, Dra., M.Kes
NIP. 19631001 198803 2 002

ABSTRAK

Putriani Isa, 2022. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Membeli Obat Di Apotek Marsilv Kota Gorontalo. Pembimbing I Madania, S.Farm., M.Si., Apt, Pembimbing II Dr. Nur Rasdianah, S.Si., M.Si., Apt.

Pemasaran merupakan hal yang sangat penting sejalan dengan semakin tinggi dan bertambahnya kebutuhan masyarakat akan produk yang berkualitas, dengan perkembangan zaman dan semakin kritisnya kesadaran masyarakat terhadap kesehatan menyebabkan tingkat persaingan antara apotek sebagai penyedia jasa kefarmasian saling bersaing untuk menarik konsumen. Tujuan penelitian untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap minat beli di Apotek Marsilv Kota Gorontalo. Metode penelitian menggunakan jenis penelitian dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling* dengan jumlah sampel 100. Pengumpulan data dilakukan dengan pemberian kuesioner kepada konsumen yang datang membeli di Apotek. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor kelengkapan produk mempengaruhi minat beli konsumen sebanyak (71%) termasuk dalam kategori baik, faktor bauran pemasaran atau *marketing mix* mempengaruhi minat beli konsumen sebanyak (53%) termasuk dalam kategori cukup baik, dan faktor kualitas pelayanan serta loyalitas konsumen mempengaruhi minat beli konsumen sebanyak (65%) termasuk dalam kategori baik.

Kata Kunci : Minat Beli, Konsumen, Apotek.

ABSTRACT

Putriani Isa, 2022. Analysis of Factor Influencing Consumer to Purchase Drugs at Marsilv Drugstore in Gorontalo City. The principal supervisor is Madania, S.Farm.,M.Si.,Apt. and the co-supervisor is Dr. Nur Rasdianah, S.Si.,M.Si.Apt.

Marketing plays a crucial role in selling certain products, including drugs, where the current competition requires drugstores, as pharmaceutical services providers, to attract consumers by applying appropriate marketing. Such the condition is led by high demand of community towards quality product, development of era, and a more critical awareness of community in regards of health. The research aims to determine the factor influencing consumer behavior towards purchase intention at Marsilv Drugstore in Gorontalo City. The method used in this current research is descriptive, where the samples that are 100 people have been determined by using accidental sampling. The data are collected by requiring consumers to fill out a questionnaire in which they are the ones who have bought products at the drugstore. In the meantime, the data analysis applies multiple linear regression. The research finding indicates that the product completeness factor influences consumers' purchase intention for 71%, and it is included in the good category; the marketing mix factor influences consumers' purchase intention for 53%, and it is included in the sufficiently good category, and the service quality and consistency, loyalty factors influence consumers' purchase intention for 65%, and it is included in the good category.

Keywords: Purchase Intention, Consumer, Drugstore

