

SKRIPSI

SITI NURKHOLIFAH

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN
(*Marketing Mix*) PADA PELAYANAN SWAMEDIKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI APOTEK
SUKUN FARMA KOTA MALANG**



**PROGRAM STUDI FARMASI
FAKULTAS ILMU KESEHATAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN
(Marketing Mix) PADA PELAYANAN SWAMEDIKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI APOTEK
SUKUN FARMA KOTA MALANG**

Skripsi

**Dibuat untuk memenuhi syarat mencapai gelar Sarjana Farmasi pada
Program Studi Fakultas Ilmu Kesehatan
Universitas Muhammadiyah Malang**

2025

Oleh:

**Siti Nurkholifah
202010410311232**

Disetujui Oleh:

Pembimbing I


apt. Mutiara Titani, M.Sc.

NIDN. 0727019002

Pembimbing II


apt. Irsan Fahmi Almuhtarihan, M.Farm.Klin

NIDN. 0730019403

Mengetahui,

Ketua Prodi S1 Farmasi


Apt. Sendi Lia Yunita, S.Farm., M.Sc.

NIDN. 0714068702


DEKAN FIKES UMM
Prof. Dr. Yoyok Bektu P.M.Kep., Sp.Kom
NIDN. 0714097502

LEMBAR PENGUJIAN

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN
(Marketing Mix) PADA PELAYANAN SWAMEDIKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI APOTEK
SUKUN FARMA KOTA MALANG**

Skripsi

Telah diuji dan dipertahankan di depan penguji

Pada tanggal 20 maret 2025

Oleh

**Siti Nurkholifah
202010410311232**

Disetujui Oleh:

Pembimbing I

apt. Mutiara Titani, M.Sc.,

NIDN. 0727019002

Penguji I

apt. Rizka Novia Atmadani, S.Farm..M.Sc.

NIDN. 071411902

Pembimbing II

apt. Irsan Fahmi Almuhtarihan, M.Farm.Klin

NIDN. 0730019403

Penguji II

apt. Elva Asmiati, S.Farm, M.Clin.Pharm

NIDN. 0723059203

Lampiran 04 Halaman Pernyataan Orisinalitas



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
FAKULTAS ILMU KESEHATAN
 PROGRAM STUDI D3 & S1 KEPERAWATAN, PROGRAM STUDI FARMASI, S1 FISOTERAPI
 Kampus II : JL. Bendungan Sutami No. 188-A Tlp. (0341) 551149 – Pst (144 - 145)
 Fax. (0341) 582060 Malang 65145

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Siti Nurkholifah
 NIM : 202010410311232
 Program Studi : Farmasi
 Fakultas : Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Tugas akhir dengan judul:
 “ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN (*Marketing Mix*) PADA PELAYANAN SWAMEDIKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI APOTEK SUKUN FARMA KOTA MALANG”
 Adalah hasil karya, dan dalam naskah ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun seluruhnya, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.
2. Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, saya bersedia SKRIPSI ini DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.
3. Skripsi ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Malang, 02 April 2025
 Yang membuat pernyataan,

Siti Nurkholifah
 NIM. 202010410311232

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) PADA PELAYANAN SWAMEDIKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI APOTEK SUKUN FARMA KOTA MALANG

Siti Nurkholifah ; Apt. Mutiara Titani. S.Farm., M.Sc. ; Apt.Irsan Fahmi

Almuhtarihan, M.Farm.Klin.

Program Studi Farmasi, Fakultas Ilmu Kesehatan

Universitas Muhammadiyah Malang

Latar Belakang : Bauran pemasaran biasanya digunakan untuk strategi pemasaran dalam suatu perusahaan. Namun saat ini, fasilitas pelayanan kesehatan juga memerlukan sebuah strategi perencanaan untuk mempromosikan atau memasarkan suatu produk barang atau jasa yang mereka miliki. Sehingga bisa terciptanya loyalitas dari konsumen atau pelanggan. Keputusan pembelian adalah komponen penting dalam perilaku konsumen yang menyebabkan mereka membeli barang atau jasa, keputusan ini dibuat oleh konsumen terlepas dari berbagai faktor yang mempengaruhi dan memotivasi mereka untuk membeli barang atau jasa tersebut. Keputusan pembelian dapat dipengaruhi dengan marketing mix.

Tujuan : Untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel *marketing mix* 7P (*product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidance*) pada pelayanan swamedikasi terhadap keputusan pembelian di Apotek Sukun Farma Kota Malang.

Metode Penelitian : Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif bersifat deskripsi analitik dengan studi observasional dengan pendekatan cross sectional pada pasien atau pembeli obat swamedikasi di Apotek Sukun Farma Kota Malang. Analisis data menggunakan chi square.

Hasil dan Kesimpulan : Produk (Sig 0,004), Tempat (Sig <0,001), Harga (Sig 0,006), Fasilitas Fisik (Sig <0,01), Orang (Sig <0,01), Proses (Sig 0,008) berpengaruh secara signikansi terhadap variabel keputusan pembelian. Sedangkan pada variabel Promosi (Sig 0,157) tidak berpengaruh secara signikansi terhadap variabel keputusan pembelian.

Kata Kunci : Pelayanan Swamedikasi, Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian

ABSTRACT
**ANALYSIS OF THE EFFECT OF MARKETING MIX ON SELF-
MEDICATION SERVICES ON PURCHASING DECISIONS AT SUKUN
FARMA PHARMACY IN MALANG CITY**

Siti Nurkholifah ; Apt. Mutiara Titani. S.Farm., M.Sc. ; Apt.Irsan Fahmi
Almuhtarihan, M.Farm.Klin.

Pharmacy Study Program, Faculty of Health Sciences

University of Muhammadiyah Malang

Background : Marketing mix is usually used to determine marketing strategies in a company. However, currently, health care facilities also need a planning strategy to determine how to promote or market a product or service they have. So that it can create loyalty from consumers or customers. Purchase retention is an important component in consumer behavior that causes them to buy goods or services, this retention is made by consumers regardless of various factors that influence and motivate them to determine to buy the goods or services. Purchasing decisions can be influenced by the marketing mix.

Objective : To determine how the influence of the 7P marketing mix variables (product, price, place, promotion, person, process, and physical evidence) on self-medication services on purchase retention at Sukun Farma Pharmacy, Malang City.

Research Method : This research is a quantitative descriptive analytical research with an observational study with a cross-sectional approach on patients or buyers of self-medication drugs at Sukun Farma Pharmacy, Malang City. Data analysis using chi square.

Results and Conclusions : Product (Sig 0.004), Place (Sig <0.001), Price (Sig 0.006), Physical Facilities (Sig <0.01), People (Sig <0.01), Process (Sig 0.008) have a significant effect on the purchasing decision variable. While the Promotion variable (Sig 0.157) does not have a significant effect on the purchasing decision variable.

Keywords : Self-medication Services, Marketing Mix, Purchasing Decisions

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada ALLAH SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penyusunan Skripsi dengan judul "Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Pada Pelayanan Swamedikasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Apotek Sukun Farma Kota Malang", dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Farmasi pada Program Studi Farmasi Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Skripsi ini Malang.

Skripsi ini terwujud atas bimbingan, pengarahan dan bantuan dari berbagai pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu dan oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan dan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Nazaruddin Malik, SE., M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang atas kebijakan dan arahannya sehingga penyusunan usulan penelitian ini dapat terlaksana.
2. Dr. Yoyok Bakti Prasetyo, M.Kep., Sp.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Malang atas kebijakan dan arahannya sehingga penyusunan usulan penelitian ini dapat terlaksana.
3. apt. Sendi Lia Yunita, S.Farm., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Farmasi Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Malang atas kebijakan dan arahannya sehingga penyusunan usulan penelitian ini dapat terlaksana.
4. apt. Mutiara Titani, M.Sc selaku dosen pembimbing I yang telah membimbing dari awal penyusunan, dan telah memberikan arahan serta masukan kepada penulis.
5. apt. Irsan Fahmi Almuhtarihan, M.Farm.Klin. selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing dari awal penyusunan, dan telah memberikan arahan serta masukan kepada penulis.
6. apt. Rizka Novia Atmadani, S.Farm., M.Sc. selaku dosen penguji I yang telah memberikan arahan dan masukan kepada penulis.
7. apt. Elva Asmiati, S.Farm, M.Clin. Pharm. selaku dosen penguji II yang telah memberikan arahan dan masukan kepada penulis.

8. Ibu dan Bapak staff apotek yang ada di Apotek Sukun Farma Kota Malang
9. Keluarga besar saya yaitu Ibu Astutik, Almarhum Bapak Abdullah Ubet, Mas Abdul Ghofar, Ibu Umi Khulsum terima kasih banyak atas segala penyemangat, dukungan, serta doanya.
10. Teman-teman Kejolah Squad yaitu Dita, Dhea, Bernika, Midas, Shevin, dan Intan, terimakasih banyak atas dukungan dan semangatnya.
11. Teman seperjuangan dalam mengerjakan tugas akhir, Dhea Anjelita Zakiya yang saling memberikan semangat dan sama-sama berjuang dalam penyusunan naskah skripsi ini. Terimakasih atas kerjasama dan bantuannya selama ini.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah berpartisipasi dalam penyusunan usulan penelitian ini. Mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, penulis menyadari bahwa penulisan proposal penelitian ini masih belum sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak.

Malang, 20 Maret 2025


Siti Nurkholifah

DAFTAR ISI

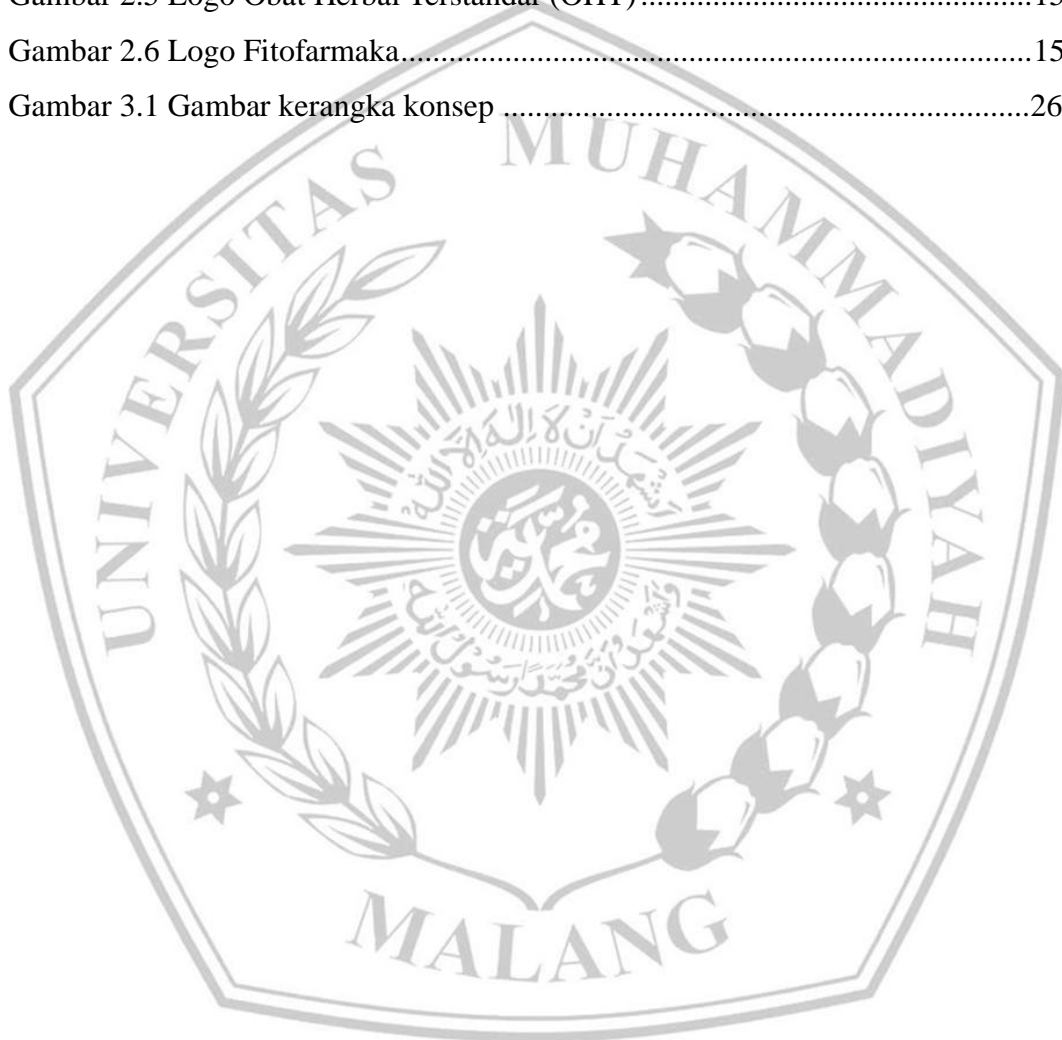
Lembar Pengesahan.....	ii
Lembar Pengujian	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
RINGKASAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
DAFTAR SINGKATAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Manfaat Penelitian.....	5
1.4 Hipotesis.....	5
1.5 Penelitian Terdahulu.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Apotek.....	8
2.2 Obat.....	9
2.3 Swamedikasi.....	11
2.4 Bauran Pemasaran.....	15
2.4.1 Produk (Product).....	16
2.4.2 Harga (Price).....	17
2.4.3 Tempat (Place).....	18
2.4.4 Promosi (Promotion).....	19
2.4.5 Orang (people).....	20

2.4.6	Proses (Process)	21
2.4.7	Fasilitas Fisik (Physical Evidence)	21
2.5	Keputusan Pembeli.....	22
2.6	Sejarah Pendirian Apotek Sukun Farma Kota Malang.....	24
BAB III KERANGKA KONSEP.....		26
3.1	Kerangka Konseptual	26
3.2	Uraian Kerangka Konseptual.....	27
BAB IV METODE PENELITIAN		28
4.1	Desain Penelitian.....	28
4.2	Tempat dan Waktu Penelitian.....	28
4.3	Populasi Dan Sampel.....	28
4.3.1	Populasi	28
4.3.2	Sampel.....	28
4.4	Teknik Samping	30
4.5	Variabel Penelitian	30
4.6	Definisi Operasional.....	30
4.7	Teknik Pengumpulan Data	34
4.7.1	Instrumen Penelitian.....	34
4.7.2	Data Primer.....	34
4.7.3	Uji Pendahuluan.....	35
4.7.5	Uji Reliabilitas	37
4.8	Analisis Data.....	38
4.8.1	Analisis Univariat.....	38
4.8.2	Analisis Bivariat.....	39
4.9	Etika Penelitian	40
BAB V HASIL PENELITIAN		41
5.1	Gambaran Umum Penelitian.....	41

Lembar Pengesahan.....	ii
Lembar Pengujian	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
RINGKASAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
DAFTAR SINGKATAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Manfaat Penelitian	5
1.4 Hipotesis.....	5
1.5 Penelitian Terdahulu	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Apotek.....	8
2.2 Obat.....	9
2.3 Swamedikasi.....	11
2.4 Bauran Pemasaran.....	15
2.4.1 Produk (Product).....	16
2.4.2 Harga (Price).....	17
2.4.3 Tempat (Place).....	18
2.4.4 Promosi (Promotion).....	19
2.4.5 Orang (people)	20
2.4.6 Proses (Process)	21

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Obat Bebas.....	12
Gambar 2.2 Logo Obat Bebas Terbatas	12
Gambar 2.3 Tanda Peringatan Obat Bebas Terbatas	13
Gambar 2.4 Logo Jamu.....	14
Gambar 2.5 Logo Obat Herbal Terstandar (OHT).....	15
Gambar 2.6 Logo Fitofarmaka.....	15
Gambar 3.1 Gambar kerangka konsep	26



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu.....	6
Tabel 4.1 Variabel dan Indikator Penelitian	32
Tabel 4.2 Skala Likert	34
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Kuesioner Tanggapan Pasien	37
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Tanggapan Pasien.....	38
Tabel 5.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 5.2. Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia	41
Tabel 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	42
Tabel 5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
Tabel 5.5 Karakteristik Responden Berdasarkan	43
Tabel 5.6 Distribusi Jawaban Pasien Tentang Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	44
Tabel 5.7 Tabel perhitungan Chi Square Produk terhadap keputusan pembeli	49
Tabel 5.8 Perhitungan Chi Square Tempat terhadap keputusan pembeli.....	49
Tabel 5.9 Perhitungan Chi Square Harga terhadap keputusan pembeli	49
Tabel 5.10 Perhitungan Chi Square Promosi terhadap keputusan pembeli	49
Tabel 5.11 Perhitungan Chi Square Fasilitas Fisik terhadap keputusan pembeli ..50	
Tabel 5.12 Perhitungan Chi Square Orang terhadap keputusan pembeli.....	50
Tabel 5.13 Perhitungan Chi Square Proses terhadap keputusan pembeli	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup	76
Lampiran 2 Surat Izin Studi Pendahuluan Dan Penelitian.....	77
Lampiran 3 Ethical Clearens.....	78
Lampiran 4 Halaman Pernyataan Orisinalitas	79
Lampiran 5 Form Bebas Plagiasi.....	80
Lampiran 6 Kartu Kendali Plagiasi.....	81
Lampiran 7 Kuesioner.....	82
Lampiran 8 Uji Validitas	86
Lampiran 9 Data Responden.....	89
Lampiran 10 Tabel Distribusi Jawaban Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian.....	91
Lampiran 11 Distribusi Jawaban Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian	95
Lampiran 12 Uji Chi Square.....	100
Lampiran 13 Dokumentasi Penelitian.....	105

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, P. H., & Wicaksono, S. (2019, October). Faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian obat di apotek. In *Proceeding of International Conference Sustainable Competitive Advantage* (Vol. 9, No. 1).
- Afif, Z., Azhari, D. S., Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian Ilmiah (Kuantitatif) Beserta Paradigma, Pendekatan, Asumsi Dasar, Karakteristik, Metode Analisis Data Dan Outputnya. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 682-693
- Al Hakim, R., Mustika, I., & Yuliani, W. (2021). Validitas dan reliabilitas angket motivasi berprestasi. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 263-268.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *PILAR*, 14(1), 15-31.
- Anggraini, F. D. P., Aprianti, A., Setyawati, V. A. V., & Hartanto, A. A. (2022). Pembelajaran Statistika Menggunakan Software SPSS untuk Uji Validitas dan Reliabilitas. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 6491-6504.
- Arofah, F., & Suryandari, M. (2024). Penataan, Persiapan Dan Penampilan Presentasi Dalam Public Speaking Dengan Sebuah Pendekatan Sistematis. *JURIHUM: Jurnal Inovasi dan Humaniora*, 1(5), 694-700.
- Aruan, L. S., Yohana, C., & Yusuf, M. (2021). Peran Merek dalam Bahasa Asing dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. *Risikesdas* 2018, 3(2), 103– 111.
- Asrulla, A., Risnita, R., Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320-26332.
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (19 Maret 2010). Indikator Pendidikan, 1994-2023. Diakses pada 23 Juni 2024, dari <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/1/MTUyNSMx/indikator-pendidikan--1994-2023.html>

- bidin, A. R., & Nuryana, I. K. D. (2023). Perbandingan Metode Klasifikasi Data Mining Untuk Mengukur Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Sistem Informasi Penilaian Nonakademik UNESA (SIPENA). *Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI)*, 4(4), 129-138.
- Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, 56(2), 57–71.
- Bunardi, A., Rizkifani, S., & Nurmainah, N. (2021). Studi Tingkat Pengetahuan Dan Perilaku Swamedikasi Penggunaan Obat Analgesik Pada Mahasiswa Kesehatan. *Jurnal Mahasiswa Farmasi Fakultas Kedokteran UNTAN*, 4(1).
- Cahaya, N., Adawiyah, S., & Intannia, D. (2018). Hubungan persepsi terhadap iklan obat laksatif di televisi dengan perilaku swamedikasi masyarakat di Kelurahan Sungai Besar Kecamatan Banjarbaru Selatan. *PHARMACY: Jurnal Farmasi Indonesia (Pharmaceutical Journal of Indonesia)*, 14(1), 108-126.
- CHAMIM, A. S. (2023). *ANALISIS RESPON KONSUMEN TERHADAP STRATEGI BAURAN PEMASARAN (Marketing Mix) DI APOTEK MERJOSARI KOTA MALANG* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).
- Cohen, J. (1992): A power primer. *Psychological Bulletin*.
- Dwinanda, G., & Nur, Y. (2020). Bauran pemasaran 7p dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada industri retail giant ekspres makassar. *Jurnal Mirai Management*, 5(3), 120-136.
- Esa, I., Nurhastuti, P., Syahrir, A., & Wijaya, D. (2022). Tingkat Kesesuaian Pelayanan Farmasi Klinik di Apotek terhadap Permenkes RI No 73 Tahun 2016 di Kecamatan Dau Kabupaten Malang. *J. Islamic Pharm. Online*, 7(1), 57–68. <https://doi.org/10.18860/jip.v7i1.14798>
- Fadhilah, A., Winarti, N., & Adiputra, Y. S. (2024). Survey Kepuasan Pelayanan Publik Di Kantor Kelurahan Gunung Lengkuas Kecamatan Bintang Timur. *Jurnal Mahasiswa Kreatif*, 2(1), 139-150.

- Fadhilla, G., & Hamdani, S. (2021). Profil Penggunaan Obat dalam Swamedikasi pada Ibu-Ibu PKK di Kecamatan Garut Kota. *Journal Medika Cendikia*, 8(2), 39-49.
- Fathanul, V. (2022). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian BTS Meal McDonald's. *Studi Kasus Di Wilayah Cakung Jakarta Timur*(Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Fitria, F., Effendi, M., Azhar, R., Nasruddin, N., & Windari, O. (2023). Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Apotek Enggal Sehat Megang Sakti Kabupaten Musi Rawas. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 5(2), 1614-1622.
- Fitriah, R. Akbar, D. O & Hendriani, E. 2022. Hubungan Faktor Sosiodemografi terhadap Penilaian Konsumen tentang Peran Apotek sebagai Tempat Pelayanan Informasi Obat. *Journal of Pharmacopolium*, 05 (03) ; 315-325.
- Fitriyani, N., Susanto, A., & Maulida, I. (2021). *HUBUNGAN IKLAN OBAT SAKIT KEPALA DI TELEVISI DENGAN PEMILIHAN OBAT SAKIT KEPALA DI DESA PESAREAN* (Doctoral dissertation, DIII Farmasi Politeknik Harapan Bersama).
- Fujianti, F., Pahriyani, A., & Yumita, A. (2023). Promosi Kesehatan Penggunaan Obat Yang Rasional Dan Swamedikasi Pada Penyakit Kulit Bagi Warga Rusunawa Rorotan, Cilincing Jakarta Utara. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4), 3390-3395.
- Girsang, M. K., Sianipar, G. J., & Simanjuntak, A. N. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Wisatawan Berkunjung Ke Taman Bunga Sapo Juma Tongging Karo. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 399-413.
- Gondokesumo, M. E., & Amir, N. (2021). Legality of Marijuana Use in the Need for Medical Treatment in Indonesia (Judging From Law Number 36 of 2009 Concerning Health and Law Number 35 of 2009 Concerning Narcotics). *Journal Equity of Law and Governance*, 1(2), 119-126.

- Grewal, D., et al. (2020). *Retail Marketing Management*. Springer.
- Haryanto, M., Saudi, N. S., Anshar, M. A., Hatta, M., & Lawalata, I. L. (2022). Pengaruh bauran pemasaran terhadap peningkatan volume penjualan. *YUME: Journal of Management*, 5(2), 222-237.
- Hassali, M. A., et al. (2014). *Pharmacy Practice Research Methods*. Springer.
- Herawati, L. (2016). Uji Normalitas Data Kesehatan Menggunakan SPSS. In *Jurusan Kesehatan Lingkungan*. <http://eprints.poltekkesjogja.ac.id/46/>
- Herrin, N. N. P., & Mashariono, M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Apotek Nindya Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 8(8).
- Heryana, A. 2020. Analisis Data Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Universitas Esa Unggul.
- Ilmi, T., Suprihatin, Y., & Probosiwi, N. (2021). Hubungan Karakteristik Pasien dengan Perilaku Swamedikasi Analgesik di Apotek Kabupaten Kediri, Indonesia. *Jurnal Kedokteran dan Kesehatan*, 17(1), 21-34.
- Irfan, R., Salman, M., Harahap, A. Y., & Tantawi, R. (2023). Kecenderungan Penelitian Pengungkapan Isr Pada Google Scholar Tahun 2022. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra*, 4(3), 152-160.
- Kaban, R. H., Anzelina, D., Sinaga, R., & Silaban, P. J. (2021). Pengaruh Model Pembelajaran PAKEM terhadap Hasil Belajar Siswa di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 102-109.
- Kismiyar, K., & Ermawati, N. (2023). PREFERENSI MASYARAKAT DALAM PEMILIHAN OBAT TRADISIONAL DAN OBAT SINTETIK DI APOTEK KIMIA FARMA JALAN IMAM BONJOL KOTA PEKALONGAN. *BENZENA Pharmaceutical Scientific Journal*, 1(02).
- Kotler, P. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: CV. Budi Utama.
- Kotler, P., & Amrstrong, G. 2016. *Participles of Marketing*. Edisi 15. Pearson Global Edition: New Jersey.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020): Principles of Marketing. Pearson.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller (2016), Marketing Management, Edisi: 15e, United States of America: Pearson Education.
- Kurniasari, S., Zabadi, A. F., Ramadhani, F., & Azizah, A. N. (2021). Tingkat Pengetahuan Masyarakat Desa Bettet Pamekasan tentang Penggunaan Obat Bebas dan Obat Bebas Terbatas untuk Swamedikasi. *Jurnal Farmasi Sains dan Terapan (Journal of Pharmacy Science and Practice)*, 8(2), 78-84.
- Lestari, N. I., Makani, M., & Jaluari, P. D. C. (2023). Analisa Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan Obat tanpa Resep di Apotek NH Farma Kecamatan Arut Selatan. *Jurnal Kesehatan Borneo Cendekia*, 6(2), 80-89.
- Louis, J., Trisnawarman, D., & Perdana, N. J. (2023). Perancangan Dashboard Business Intelligence Untuk Data Piutang Pada Apotek X. *Jutisi: Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, 12(3).
- Lupiyoadi, R. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi. Jakarta : Salemba Empat.
- Malhotra, N.K. (2019): *Marketing Research: An Applied Orientation. Pearson.
- Marsiami, A. S. (2023). MANFAAT SENAM REUMATIK PADA LANSIA. *Indonesian Journal of Health Development*, 5(1), 1-8.
- Meilda, Y., Hamdani, I., & Triwoelandari, R. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Pelanggan. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(2), 274-290.
- Melani, E. (2022). Program Studi Sarjana Farmasi Sekolah Tinggi Ilmu Farmasi Makassar Makassar 2021.
- Menkes RI, 2017, Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2017 tentang Apotek, Jakarta.
- Menteri Kesehatan Republik Indonesia. 2016. Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No 73 Tahun 2016 Tentang Standar Pelayanan

Kefarmasian Di Apotek. Jakarta: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia

Menteri Kesehatan RI. Peraturan menteri kesehatann Nomor 919/MenKes/PER/X/1993 tentang kriteria obat yang dapat diserahkan tanpa resep.

Misnawati, M., & Sumarni, I. (2020). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian obat-obatan di Apotek Zafira Ruhama. *Japb*, 3(2), 1322-1331

Mohamad, R., & Rahim, E. (2021). Strategi bauran pemasaran (marketing mix) dalam perspektif syariah. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 15-26.

Muryanto, E., Setiawan, F., Febriyani, F., Ardwiansyah, M., & Arfian, A. (2023). Analisis Pengaruh Aplikasi Tiktok Untuk Dunia Usaha/Dunia Bisnis Metode Purpose Sampling Kualitatif. *Journal of Engineering, Technology and Computing (JETCom)*, 2(2), 61-66.

Nawari, N., & Ulfa, L. A. (2020). Penerapan Marketing Mix Pada Strategi Pemasaran Konvensional Dan Digital. *ProBank: Jurnal Ekonomi dan Perbankan*, 5(2), 176-192.

Ningrum, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Akuntabilitas, Dan Religiusitas Terhadap Loyalitas Muzakki Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Di Lembaga Amil Zakat Kota Magelang. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 2(2), 12-20.

Ningtyas, R., & Elpanso, E. (2024). Analyzing the Impact of Pricing, Promotions, and Customer Experience on Purchase Decisions: A Case Study of Birth Control Pill Sales by a Pharmaceutical Company in Palembang. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 17(2), 154-162.

Nurlina, F., & Sasari, U. (2022). Marketing Mix, Implementation of Marketing Strategies in Health Services: Literature Review. *Healthcare Nursing Journal*, 4(1), 260-264.

- Palupi, R., & Winarsih, S. S. (2021). Pengaruh Disiplin Ilmu Terhadap Kecenderungan Mahasiswa Dalam Mengakses Informasi Melalui Media Sosial Menggunakan Metode Chi Square. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi (TIKOMSiN)*, 9(1), 1-6.
- Pangestu, Y. D., & Siswahyudianto, S. (2022). Strategi Marketing Mix Produk Makanan Korea Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen pada Home Industry Unniefood Tulungagung. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 680-700.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retail*, 64, 12–40.
- Pramono, A., Tama, T. J. L. G., & Waluyo, T. (2021). Analisis arus tiga fasa daya 197 KVA dengan menggunakan metode uji normalitas kolmogorov-smirnov. *Jurnal RESISTOR (Rekayasa Sistem Komputer)*, 4(2), 213-216.
- Purnomo, H., Sardanto, R., & Muslih, B. (2021). Signifikansi harga, fasilitas dan layanan terhadap kepuasan konsumen jasa hotel. *Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis & Manajemen*, 11(1), 67-78.
- Puspasari, H., & Puspita, W. (2022). Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian tingkat pengetahuan dan sikap mahasiswa terhadap pemilihan suplemen kesehatan dalam menghadapi covid-19. *Jurnal Kesehatan*, 13(1), 65-71.
- Puspitadewi, I. C., & Rachman, M. M. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Lokasi Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Apotek Kencana Mas Sidoarjo. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 1(1), 384-390
- Putra, D. J., & Algiranto, A. (2023). Pengembangan Instrumen Tes Literasi Sains yang Mengacu pada TOSLS (Test of Scientific Literacy Skills). *Journal on Teacher Education*, 4(4), 540-544.
- Rahmadhanti, D. (2020). Pengaruh Pengalaman pengguna ,Acara, Undian Berhadiah, Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Layanan

Perawatan Kulit Dan Rambut Di Larissa Aesthetic Center Yogyakarta
(Doctoral dissertation, STIE YKPN).

RAMADHANI, F. (2017). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH MEMBELI OBAT DI APOTEK MANDIRI SANGGAU* (Doctoral dissertation).

Rizqi A. W. M, 2020, Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Kefarmasian Di Instalasi Farmasi Puskesmas Sisir Kota Baru, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang.

Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji validitas dan reliabilitas kuesioner perilaku prososial. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling dalam Pendidikan)*, 4(4), 279-284.

Rugiarti, N. D. (2020). Gambaran Studi Penggunaan Obat Tanpa Resep di Desa Langam Kecamatan Lapok Sumbawa Nusa Tenggara Barat.

Sari, T. M. M. (2017). Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian obat generik di Apotek Saiyo Farma Jombang. *Artikel Skripsi Universitas*.

Sarinah, M., Wahyuni, S., & Sari, I. P. (2024). Hukum Penetapan Harga Menurut Ibnu Taimiyah (Studi Kasus Pelaksanaan Harga Eceran Tertinggi (HET) Obat Generik di Apotek di Kota Medan). *JURNAL ABSHAR: Jurnal Hukum Keluarga Islam, Pendidikan, Kajian Islam dan Humaniora*, 3, 24-31.

Sasangka I. dan Rusmayandi R. 2018, Pengaruh kualitas pelayanan terhadap volume penjualan pada mini market minamart'90 Bandung, Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akutansi. pp. 129-154.

Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (12th ed.). Harlow: Pearson

Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Kendal, L., Wuri Handayani, E., & Cahyani Widiastuti, T. (2023). EVALUASI KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN SWAMEDIKASI. In *Jurnal Farmasetis* (Vol. 12, Issue 4).

- Sibarani H, 2019, *Gambaran Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Kefarmasian Pada Pasien Rawat Jalan Di Apotek Puskesmas Teladan Kota Medan*, Politeknik Kesehatan Kemenkes Medan, Medan
- Simarmata, A., Jocom, S. G., & Kaunang, R. (2022). Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Aspek Bauran Pemasaran (Marketing Mix 7p) Pada Black Cup Coffee Roaster Di Kota Manado. *AGRI-SOSIOEKONOMI*, 18(3), 699-708.
- Siti, M. (2023). *PENGARUH HARGA, PREFERENSI LABEL HALAL, DAN PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OBAT BEBAS PADA MASYARAKAT KECAMATAN KARANGPUCUNG KABUPATEN CILACAP* (Doctoral dissertation, UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri).
- Sitompul, P. N. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Obat-Obatan Di Apotek Nasional Medan. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi Medan*, 5(2), 75-84.
- Situmorang, T. H. (2020). *Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat Batuk OBH PT. Distriversa Busanamas Medan* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Sketcher-Baker K., 2017, *Guide to Informed Decision-making in Health Care*, 2nd Ed., Queensland Health, pp, 9(67).
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (13th ed.). Pearson.
- Subekti, R., & Sumanti, R. (2020). Studi Deskriptif Pengetahuan Ibu Postpartum Normal Mengenai Manajemen Laktasi Di Puskesmas Poned Kabupaten Banjarnegara. *Scientific Journal of Medsains*, 6(1), 16-25.
- Sudiantini, D., Meutia, K. I., Narpati, B., & Saputra, F. (2023). Hubungan Kualitas Pelayanan, Citra Sekolah, Loyalitas Siswa Dan Keputusan Memilih Sekolah. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 2(1), 404-408.

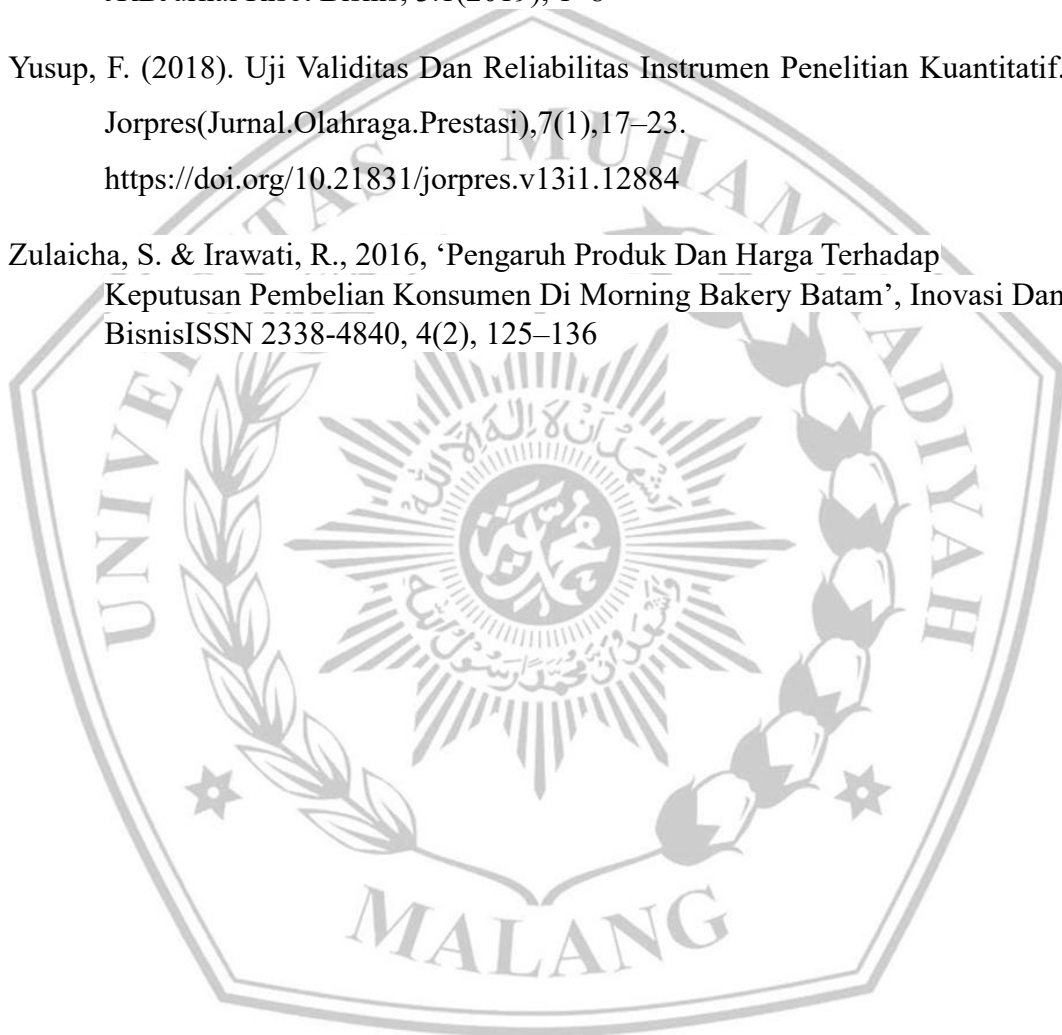
- Sudibyo Supardi, Y. Y., & Sari, I. D. (2019). Pelaksanaan standar pelayanan kefarmasian di apotek di beberapa kota Indonesia. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Pelayanan Kesehatan*, 3(3), 152-59.
- Sugiyono, 2020. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. Analisis Kualitatif. Alfabeta. Bandung
- Suharno dan Yudi Sutarso. (2014). Marketing In Practice. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sukimin, S., Fidriani, E., & Indriastuty, N. (2023). PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI ANGKRINGAN PEMUDA KNPI. *Jurnal GeoEkonomi*, 14(2), 247-259.
- Suwarni, S., Harenda, D., & Kurniasih, K. I. (2021, December). Analisis Bauran Pemasaran pada Omzet Penjualan Obat Bebas dan Bebas Terbatas pada Proses Swamedikasi Apotek Kimia Farma di Kabupaten Blora. In *Seminar Nasional Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat* (pp. 1537-1543).
- Syah, A., & Pratama, A. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Holland Bakery Pamulang). *Jurnal Guru Kita PGSD*, 4(3), 11-19.
- Tijiang, B., & Rahmawati, L. (2021). Strategi Pemasaran Hubungannya Dengan Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Kewirausahaan*, 8(2), 196-207.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tugiman, T., Herman, H., & Yudhana, A. (2022). Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Model Utaut Untuk Evaluasi Sistem Pendaftaran Online Rumah Sakit. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi)*, 9(2), 1621-1630.
- Turley, L. W., & Milliman, R. E. (2000). Atmospheric effects on shopping behavior. *Journal of Business Research*, 49(2), 193-211.
- Ulfa, R. (2021). Variabel penelitian dalam penelitian pendidikan. *Al-Fathonah*, 1(1), 342-351.

VERATRISNA, V., & NURFITRI, N. (2023). REGULASI IKLAN DI INDONESIA SEBAGAI MEDIA PROMOSI OBAT TRADISIONAL, OBAT KUASI DAN SUPLEMEN KESEHATAN. *HEALTHY: Jurnal Inovasi Riset Ilmu Kesehatan*, 2(2), 162-177.

Welfin, Wahono Sumaryono, Sri Widyastuti, and Henky Lesmana, 'Bauran Pemasaran Tentang Konsep Apotek Modern Serta Strategi Pemasarannya', *JRB Jurnal Riset Bisnis*, 3.1(2019), 1–8

Yusup, F. (2018). Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jorpres(Jurnal.Olahraga.Prestasi)*,7(1),17–23.
<https://doi.org/10.21831/jorpres.v13i1.12884>

Zulaicha, S. & Irawati, R., 2016, 'Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam', *Inovasi Dan Bisnis*ISSN 2338-4840, 4(2), 125–136



Lampiran 1 Form Bebas Plagiasi



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

FAKULTAS ILMU KESEHATAN

FARMASI

farmasi.umm.ac.id | farmasi@umm.ac.id

HASIL DETEKSI PLAGIASI

FORM P2

Berdasarkan hasil tes deteksi plagiasi yang telah dilakukan oleh Biro Tugas Akhir Program Studi Farmasi Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Malang, yang telah dilaksanakan pada hari dan tanggal 23 April 2025 pada karya ilmiah mahasiswa di bawah ini :

Nama : Siti Nurkholifah
 NIM : 202010410311232
 Program Studi : Farmasi
 Bidang Minat : Farmasi Komunitas
 Judul Naskah : Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Apotek Sukun Malang

Jenis naskah : skripsi / naskah publikasi / lain-lain
 Keperluan : mengikuti **ujian seminar hasil skripsi**
 Hasil dinyatakan : **MEMENUHI** / ~~TIDAK MEMENUHI~~ **SYARAT*** dengan rincian sebagai berikut

No	Jenis naskah	Maksimum kesamaan	Hasil deteksi
1	Bab 1 (pendahuluan)	10	5
2	Bab 2 (tinjauan pustaka)	25	0
3	Bab 3 dan 4 (kerangka konsep dan metodologi)	35	2
4	Bab 5 dan 6 (hasil dan pembahasan)	15	3
5	Bab 7 (kesimpulan dan saran)	5	5
6	Naskah publikasi	25	5

Keputusannya : **LOLOS** / ~~TIDAK LOLOS~~ plagiasi

Malang, 23 April 2025

Petugas pengecek plagiasi

