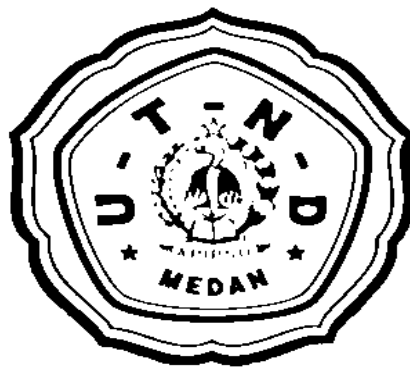


**PENGARUH STRATEGI MARKETING DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP VOLUME PENJUALAN OBAT – OBATAN
VITACIMIN PADA PT. TAKEDA INDONESIA**

SKRIPSI

Oleh

SYAHRONI PUTRA
183443044/MNJ



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TJUT NYAK DHIEN
MEDAN
2023**

**PENGARUH STRATEGI MARKETING DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP VOLUME PENJUALAN OBAT-OBATAN
VITACIMIN PADA PT TAKEDA INDONESIA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Persyaratan Ujian Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen
Universitas Tjut Nyak Dhien**

Oleh

**SYAHRONI PUTRA
183443033/MNJ**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TJUT NYAK DHIE
MEDAN
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : **PENGARUH STRATEGI MARKETING DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP VOLUME PENJUALAN OBAT-OBATAN VITACIMIN PADA PT TAKEDA INDONESIA**

Nama Mahasiswa : Syahroni Putra

Nomor Pokok Mahasiswa : 183443044

Program Studi : Manajemen

Mengetahui
Komisi Pembimbing :


Khamo Waruwu, SE., M.M
Dosen Pembimbing I


Uswatun Hasanah, S.Pd., M.Si.
Dosen Pembimbing II

Ketua Program Studi,



Mella Yunita, SE., M.Si

Dekan,



Dr. Mospa Darma, S.E., SH., M.Kn

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TJUT NYAK DHIE MEDAN

BERITA ACARA UJIAN

UNTUK MEMPERTAHANKAN SKRIPSI BAGI MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS TJUT NYAK DHIE

Penelitian Ujian Skripsi Mahasiswa
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tjut Nyak Dhien
Dalam Sidangnya Yang Diselenggarakan Pada :

Hari/Tanggal : Kamis/16 Februari 2023
Nama : SYAHRONI PUTRA
NPM : 183443044
Judul Skripsi : Pengaruh Strategi Marketing dan *Brand Image* Terhadap
Volume Penjualan Obat-Obatan Vitacimin Pada
PT Takeda Indonesia

Ditetapkan : (A) Lulus Yudisium
() Lulus Bersyarat, Memperbaiki/Mengulang
Tanggal :
() Tidak Lulus

Panitia Ujian/Tim Penguji

Ketua,



Mella Yunita, S.E., M.Si

Anggota



(Khamo Waruwu, SE., MM)

Anggota



(Uswatun Hasanah, S.Pd., M.Si.)

PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menerangkan bahwa :

Nama Lengkap : Syahroni Putra
N P M : 183443044
Fakultas : Ekonomi & Bisnis
Jurusan : Manajemen

Menyatakan Bahwa Skripsi dengan judul : **Pengaruh Strategi Marketing Dan *Brand Image* Terhadap Volume Penjualan Obat-obatan Vitacimin Pada PT Takeda Indonesia**. Adalah bukan merupakan skripsi plagiarism atau milik orang lain, baik sebagian ataupun seluruhnya, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah Saya sebutkan sumbernya dengan benar dan jelas.

Demikian surat inin Saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar, maka Saya bersedia mendapatkan sangksi dan ketentuan yang berlaku.

Medan, 16 Februari 2023

Yang Menyetujui,



Syahroni Putra

NPM.183443061

ABSTRAK

Syah Roni Putra. 183443044. Pengaruh Strategi Marketing dan *Brand Image* Terhadap Volume Penjualan Obat–Obatan Vitacimin PT. Takeda Indonesia. Skripsi. 2023.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Strategi Marketing dan Brand Image Terhadap Volume Penjualan Obat-Obatan Vitacimin PT. Takeda Indonesia Sumatera Utara.

Penelitian ini dilaksanakan pada PT. Takeda Indonesia Sumatera Utara, dengan populasi dan sampel sebanyak 60 *Outline* (*Supertmarket, Minimarket* dan Grosir) diambil secara *purposive sampling*. Instrumen penelitian adalah angket/kuisisioner dengan model skala likert. Uji persyaratan dilakukan dengan uji validitas dan uji reliabilitas serta uji asumsi klasik. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik regresi berganda pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$.

Hasil pengujian hipotesis secara parsial telah membuktikan terdapat pengaruh antara strategi periklanan terhadap volume penjualan dengan taraf nilai signifikan sebesar $0.001 < 0,05$ dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak. Hasil pengujian hipotesis secara parsial telah membuktikan ternyata pengaruh antara *Brand Image* terhadap Volume Penjualan memiliki pengaruh signifikan sebesar $0.000 < 0,05$. Dengan demikian H_a diterima H_0 ditolak. Selanjutnya pada uji F membuktikan bahwa dua variabel bebas memberikan pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat dengan nilai signifikan F hitung $0,000 < 0.05$ dinyatakan memiliki pengaruh positif dan signifikan.

Dari hasil *output* SPSS diketahui bahwa nilai R square secara serempak memberikan pengaruh dengan persentase sebesar 53,6% dan kelebihanannya adalah dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak ikut diteliti pada pembahasan ini sebesar 46,4%.

Kata Kunci :*Strategi Marketing, Brand Image, Volume Penjualan*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas Rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar dan baik.

Adapun judul dalam penelitian ini adalah ” Penelitian ini terfokus pada “Pengaruh Strategi Marketing dan *Brand Image* terhadap Volume Penjualan Obat – Obatan Vitacimin pada PT. Takeda Indonesia”. Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak menghadapi hambatan baik dari segi teknik, waktu, tenaga, serta biaya.

Dalam proses penyusunan penulisan skripsi ini, penulis telah banyak menerima bimbingan dan masukan, dalam kesempatan ini penulis dengan rasa hromat mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada :

- 1 Bapak Dr. Irwan Agusnu Putra,S.P.,M.P. Selaku Rektor Universitas Tjut Nyak Dhien APIPSU Medan.
- 2 Bapak Dr. Mospa Darma,S.E.,SH.,M.Kn. Selaku Dekan Universitas Tjut Nyak Dhien APIPSU Medan.
- 3 Ibu Mella Yunita, S.E., M.Si. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Strata satu. Sekaligus sebagai dosen penguji pada penelitian saya, telah beri banyak masukan yang membangun.
- 4 Bapak Khamo Waruwu, S.E., M.M. selaku Dosen pembimbing I yang banyak memberikan arahan dan masukan pada skripsi saya ini.
- 5 Ibu Uswatun Hasanah, S.Pd., M.Si. sebagai Pembimbing II yang banyak memberikan masukan dan ilmunya dalam menyempurnakan isi skripsi ini.

- 6 Istri Tersayang Wahyuni Lubis S.Keb yang selalu memberi do`a, dukungan dan masukan yang sangat berharga
- 7 Kedua orang tua dan abang,kakak serta adik saya yang telah mendukung dari segi materi maupun non materi.
- 8 Pak Julianto selaku Regional Sales manejer yang telah mendukung dalam penyelesaian Pndidikan.
- 9 Temen-temen saya di kampus yang selalu memberi dukungan dan masukan yang sangat berharga

Saya berharap agar apa semua yang sudah diberikan dan di amanahkan kepada saya, mudah – mudahan saya melaksanakannya dengan sungguh-sungguh serta skripsi ini dapat berguna serta memberi manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Medan, Januari 2023
Penulis

Syahroni Putra

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah Penelitian	1
B. Identifikasi Masalah Penelitian	4
C. Batasan Masalah Penelitian	4
D. Rumusan Masalah Penelitian.....	5
E. Tujuan Penelitian.....	5
F. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORITIS	7
A. Strategi Marketing	7
1. Pengertian Strategi Marketing	8
2. Fungsi Fungsi Pemasaran	9
3. Indikator Strategi Marketing.....	11
B. <i>Brand Image</i>	12
1. Pengertian <i>Brand Image</i>	12
2. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi <i>Brand Image</i>	13
3. Indikator <i>Brand Image</i>	14
C. Volume Penjualan	16
1. Pengertian Volume Penjualan	16
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan .	16
3. Indikator Volume Penjualan	17
D. Kerangka Konseptual.....	17
E. Hipotesis	18
F. Penelitian Terdahulu	19
BAB III METODE PENELITIAN	22
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	22
B. Populasi dan Sampel	22
1. Populasi.....	22
2. Sampel.....	23
C. Variabel Penelitian	23
D. Defenisi Operasional	24
E. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	24
1. Data Primer	25

2. Data Skunder	25
F. Teknik Skala Ukuran.....	26
1. Uji Validitas.....	27
2. Uji Realiabilitas	27
G. Teknik Analisis Data.....	28
H. Analisis Regresi Linier Berganda.....	28
I. Uji Asumsi Klasik.....	29
1. Normalitas	29
2. Multikolinieritas	29
3. Heterokodestisitas.....	30
J. Uji Hipotesis	31
K. Analisis koefisien Determinasi (R ²).....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DNA PEMBAHASAN.....	35
A. Sejarah Singkat Perusahaan	35
B. Visi dan Misi.....	36
C. Struktur Organisasi.....	37
D. Analisis Data.....	38
1. Penyajian Data Jawaban Responden	38
2. Uji Validitas & Reliabilitas	41
3. Uji Asumsi Klasik	46
4. Uji Hipotesis.....	50
5. Koefisien Determinasi	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	53
1. Kesimpulan	53
2. Saran	53

DAFTAR TABEL

Nomor	Keterangan	Halaman
Tabel 1	Volume Penjualan	3
Tabel 2	Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3	Defenisi Operasional	24
Tabel 4	Skala Likert	26

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Keterangan	Hal
Gambar 1	Kerangka Berfikir	18