

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PENA PARKER DI
GRAMEDIA PALEMBANG BURLIAN**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
SUMATERA SELATAN**

OLEH

MAHARANI

20612010061

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN
2024**

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
PENA PARKER DI GRAMEDIA PALEMBANG BURLIAN**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Selatan



**UNIVERSITAS
SUMATERA SELATAN**

OLEH

MAHARANI

20612010061

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN
2024**

LEMBAR PENGESAHAN

Telah diterima dan disahkan oleh Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatera Selatan sebagai persyaratan untuk mengakhiri studi pada Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatera Selatan

Hari : Selasa

Tanggal : 06 Agustus 2024

**PJ Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Sumatera Selatan**



Rabin Ibnu Zainal, S.E., M.Sc., Ph.D.

NIDN.0015097701

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Strategi Pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada gramedia palembang burlian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen pena Parker di Gramedia Palembang, yang pernah membeli produk pena Parker baik secara langsung atau yang secara tidak langsung, sedangkan sampel dalam penelitian ini berjumlah 97 orang yang digunakan sebagai sampel penelitian. Teknik analisis dari penelitian ini menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Regresi Sederhana, Uji t, dan Uji Koefisien Determinasi (R^2) dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 27.00. Berdasarkan analisis regresi sederhana diperoleh persamaan $Y = 2,288 + 0,425X$. Nilai koefisien regresi sebesar 0,425 menyatakan bahwa jika strategi pemasaran di tingkat 1 satuan, maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,425. Berdasarkan uji hipotesis dengan Uji t diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $10,205 > t_{tabel}$ sebesar 1,661 maka H_a diterima dan H_o ditolak yang dalam artian secara parsial terdapat pengaruh positif strategi pemasaran terhadap keputusan pembelian pada gramedia palembang burlian. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai $R = 0,723$ dan nilai R^2 sebesar 0,523. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh strategi pemasaran adalah sebesar 52,3% terhadap variable Y sedangkan sisanya 47,7% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variable X.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This research aims to find out how marketing strategy has a positive and significant effect on purchasing decisions at Gramedia Palembang Burlian. This study uses a quantitative approach. The population in this study were all Parker pen consumers in Gramedia Palembang, who had purchased Parker pen products either directly or indirectly, while the sample in this study was 97 people who were used as research samples. The analysis technique for this research uses Validity Test, Reliability Test, Simple Regression Analysis, t Test, and Determination Coefficient Test (R²) using the SPSS application version 27.00. Based on simple regression analysis, the equation $Y = 2.288 + 0.425X$ is obtained. The regression coefficient value of 0.425 states that if the marketing strategy is at the 1 unit level, it will increase purchasing decisions by 0.425. Based on the hypothesis test with the t test, the value of tcount is 10,205 > ttable of 1.661, so H_a is accepted and H₀ is rejected, which means that partially there is a positive influence of marketing strategy on purchasing decisions at Gramedia Palembang Burlian. Based on the results of the coefficient of determination test, the R value = 0.723 and the R square (R²) value is 0,523. This shows that the influence of marketing strategy is 52,3% on variable Y while the remaining 47,7% is influenced by other factors outside variable X.

Keywords: Marketing Strategy, Purchasing Decisions.