

**ANALISIS PENGARUH *MARKETING MIX 4P* TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN AYAM *FROZEN PRIMA FRESHMART*
DI KABUPATEN KENDAL**

SKRIPSI

Oleh:

TASYA MIFDATUL RAHMA



**PROGRAM STUDI S1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
S E M A R A N G
2 0 2 4**

ANALISIS PENGARUH *MARKETING MIX 4P* TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN AYAM *FROZEN* PRIMA FRESHMART
DI KABUPATEN KENDAL

Oleh:

TASYA MIFDATUL RAHMA
NIM : 23020320120007

Salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Pertanian pada Program Studi S1 Agribisnis
Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro

PROGRAM STUDI S1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2024

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Tasya Mifdatul Rahma
NIM : 23020320120007
Program Studi : S1 Agribisnis

Dengan ini menyatakan sebagai berikut :

1. Skripsi yang berjudul **Analisis Pengaruh Marketing Mix 4P terhadap Kepuasan Konsumen Ayam Frozen Prima Freshmart di Kabupaten Kendal** dan penelitian yang terkait dengan skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri.
2. Setiap ide atau kutipan dari orang lain berupa publikasi atau bentuk lainnya dalam skripsi ini telah diakui sesuai dengan standar prosedur disiplin ilmu.
3. Penulis juga mengakui bahwa skripsi ini dapat dihasilkan berkat bimbingan dan dukungan penuh dari pembimbing yaitu: **Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P. dan Prof. Agus Setiadi, S.Pt., M.Si, Ph.D**

Apabila di kemudian hari dalam skripsi ini ditemukan hal-hal yang menunjukkan telah dilakukannya kecurangan akademik maka penulis bersedia gelar sarjana yang telah penulis dapatkan ditarik sesuai dengan ketentuan dari Program Studi S1 Agribisnis, Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro.

Semarang, 31 Maret 2024
Penulis,



Tasya

Tasya Mifdatul Rahma

Mengetahui

Pembimbing Utama

Kustopo

Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

Pembimbing Anggota

Agus

Prof. Agus Setiadi, S.Pt., M.Si, Ph.D

Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH *MARKETING MIX 4P*
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN AYAM
FROZEN PRIMA FRESHMART DI
KABUPATEN KENDAL

Nama Mahasiswa : TASYA MIFDATUL RAHMA

Nomor Induk Mahasiswa : 23020320120007

Program Studi/Departemen : AGRIBISNIS/PERTANIAN

Fakultas : PETERNAKAN DAN PERTANIAN

Telah disidangkan di hadapan Tim Penguji
dan dinyatakan lulus pada tanggal3-0-APR-2024

Pembimbing Utama



Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

Pembimbing Anggota



Prof. Agus Setiadi, S.Pt., M.Si, Ph.D

Ketua Program Studi



Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

Ketua Panitia Ujian Akhir Program



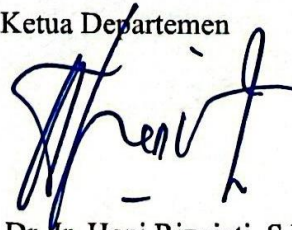
Migie Handayani, S.Pt., M.Si

Dekan



Prof. Sugiharto, S.Pt., M.Sc., Ph.D

Ketua Departemen



Dr. Ir. Heni Rizqiati, S.Pt., M. Si.

ANALISIS PENGARUH *MARKETING MIX 4P* TERHADAP KEPUASAAN KONSUMEN AYAM *FROZEN* PRIMA FRESHMART DI KABUPATEN KENDAL

**Oleh ;
Tasya Mifdatul Rahma**

ABSTRAK

Tingkat konsumsi daging ayam di Kabupaten Kendal yang meningkat menyebabkan persaingan penjualan daging ayam yang juga terus meningkat. Daging ayam tidak hanya dijual di pasar tradisional saja namun kini mulai merambah ke pasar modern yang dijual dalam bentuk *frozen*. Perusahaan perlu mengembangkan pemasarannya agar mampu bersaing dengan cara meningkatkan kepuasan konsumen yaitu salah satunya melalui *marketing mix 4p*. Kepuasan konsumen sendiri merupakan suatu penilaian emosional dimana harapan dan kebutuhan konsumen terpenuhi setelah menggunakan suatu produk atau jasa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan *marketing mix 4p* yang dilakukan Prima Freshmart dan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen ayam *frozen* Prima Freshmart di Kabupaten Kendal. Penelitian ini dilakukan di Prima Freshmart yang berada di 3 Kecamatan di Kabupaten Kendal yaitu Kecamatan Boja, Kecamatan Kaliwungu, dan Kecamatan Pegandon pada bulan November – Desember 2023. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode survei dengan alat bantu kuosioner. Pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling* dengan jumlah responden sebanyak 120. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan penerapan *marketing mix 4p* yang dilakukan Prima Freshmart sudah terlaksana dengan baik. Produk, harga, tempat dan promosi secara serempak dan parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ayam *frozen* Prima Freshmart di Kabupaten Kendal. Koefisien determinasi sebesar 0,789 yang artinya variabel produk harga, tempat dan promosi menjelaskan nilai kepuasan konsumen ayam *frozen* Prima Freshmart di Kabupaten Kendal sebesar 78,9% dan sisanya 21,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata kunci : ayam *frozen*, kepuasan, *marketing mix*

ANALYSIS THE EFFECT OF MARKETING MIX 4P TO THE CONSUMER SATISFACTION OF PRIMA FRESH MART FROZEN CHICKEN IN KENDAL DISTRICT

ABSTRACT

The increasing level of chicken meat consumption in Kendal Regency has caused competition for the sale of chicken meat which also increase. Chicken meat is not only sold in traditional markets but is now starting to spread to modern markets where it is sold in frozen. Companies need to develop their marketing to be able to compete by increasing consumer satisfaction, one of which is through the marketing mix 4p. Consumer satisfaction is an emotional assessment where consumer expectations and needs are met. This research aims to determine the application of the marketing mix 4p and the influence of the marketing mix 4p on consumer satisfaction of Prima Freshmart frozen chicken in Kendal Regency. This research was conducted at Prima Freshmart in 3 sub-districts in Kendal Regency, namely Boja, Kaliwungu and Pegandon in November - December 2023. The research method used was a survey method using questionnaires. Sampling used the accidental sampling method with a total of 120 respondents. Data analysis used descriptive analysis and multiple linear regression analysis. The research results show that the implementation of the 4p marketing mix carried out by Prima Freshmart has been implemented well. Product, price, place and promotion simultaneously and partially influence consumer satisfaction for Prima Freshmart frozen chicken in Kendal Regency. The coefficient of determination is 0.789, which means that product price, place and promotion explain the consumer satisfaction value of Prima Freshmart frozen chicken in Kendal Regency by 78.9% and the remaining 21.1% is explained by other variables not studied.

Keywords : *frozen chicken, satisfaction, marketing mix*

KATA PENGANTAR

Kepuasan konsumen dapat menjadi salah satu bahan evaluasi perusahaan dalam menjalankan usahanya. Konsumen yang puas akan terus membeli suatu produk secara berulang dan merekomendasikannya terhadap orang lain. Kepuasan konsumen ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor pemasaran yang dilakukan diantaranya yaitu produk, harga, tempat, dan promosi.

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat, karunia dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh *Marketing Mix 4P* terhadap Kepuasan Konsumen Ayam *Frozen* Prima Freshmart di Kabupaten Kendal” tepat pada waktunya. Penulisan ini sebagai salah satu syarat menyelesaikan pogram sarjana strata satu (S1) Program Studi Agribisnis, Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro. Penulis pada kesempatan ini mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penulisan laporan skripsi. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P. selaku Dosen Pembimbing utama dan Ketua Program Studi Agribisnis yang telah sabar dalam membimbing dan memberikan waktu, kritik, serta saran dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Prof. Agus Setiadi, S.Pt., M.Si., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing anggota yang telah sabar dalam membimbing dan memberikan waktu, kritik, serta saran dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

3. Prof. Sugiharto, S.Pt., M.Sc., Ph.D selaku Dekan Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro.
4. Dr. Ir. Heni Rizqiati, S.Pt., M. Si. selaku Ketua Departemen Pertanian Univesitas Diponegoro.
5. Siwi Gayatri, S.Pt., M.Sc., Ph.D. selaku Dosen Wali yang telah memberikan bimbingan dalam pelaksanaan perkuliahan.
6. Suryani Nurfadillah, S.E., M.Si. selaku Koordinator Laboratorium Manajemen Agribisnis.
7. Seluruh Dosen dan Staf Administrasi Program Studi Agribisnis dan Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro yang telah membantu dalam proses belajar mengajar serta dalam pengurusan administrasi.
8. Ayah, Ibu, Kakak, dan Adik yang selalu memberikan doa, semangat dan dukungan dalam penulisan skripsi.
9. Teman - teman terdekat penulis yang sedari SMA selalu bersama penulis yaitu Yunisca, Anisa, Manda, Chania, Krida, Jami, Fariza, Ema, Anyelir, Rizka, Ila, Sheila dan Nadya yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam penulisan skripsi.
10. Teman – teman KKN penulis yaitu Ika, Artha, Sakha, Yodha, Vansa, Celine, Nabila, Zahara, Dhea, dan Ambar yang juga telah memberikan bantuan dan dukungan dalam penulisan skripsi ini.
11. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada yang dulu pernah bersama penulis yang mengajarkan arti ketulusan dalam mencintai seseorang sehingga

memotivasi penulis untuk menjadi pribadi yang lebih baik dan berhasil untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini memiliki banyak kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran sangat diharapkan dan semoga laporan skripsi ini dapat menjadi referensi pembelajaran bagi pembaca. Demikian kata pengantar yang dapat penulis sampaikan, penulis menyampaikan terima kasih atas perhatian dari berbagai pihak.

Semarang, Maret 2024

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR ILUSTRASI	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tujuan	5
1.3. Manfaat	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Produksi Ayam Ras	7
2.2. Proses Produksi Daging Ayam Frozen.....	8
2.3. Perilaku Konsumen	9
2.4. Kepuasan Konsumen.....	10
2.5. <i>Marketing Mix</i>	12
2.6. Produk (<i>Product</i>).....	14
2.7. Harga (<i>Price</i>).....	16
2.8. Tempat (<i>Place</i>).....	18
2.9. Promosi (<i>Promotion</i>).....	20
2.10. Penelitian Terdahulu	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1. Kerangka Pemikiran.....	26
3.2. Hipotesis	28
3.3. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	28
3.4. Metode Penelitian.....	29
3.5. Metode Penentuan Sampel.....	29

3.6. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.7. Metode Analisis Data	31
3.8. Konsep Pengukuran Variabel.....	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	38
4.2. Pemasaran Prima Freshmart.....	41
4.3. Karakteristik Responden	43
4.4. Aspek Marketing Mix	51
4.5. Uji Kelayakan Instrumen	74
4.6. Uji Asumsi Klasik	78
4.7. Uji Regresi Linier Berganda	81
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	88
5.1. Simpulan	88
5.2. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	91
RIWAYAT HIDUP	126

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Penelitian yang Relevan.....	22
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir.....	45
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	47
7. Karakteristik Responden Berdasarkan Tanggungan Keluarga.....	47
8. Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi Produk yang diperoleh	48
9. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian per Bulan.....	49
10. Jawaban Responden Terhadap Variabel Produk.....	57
11. Daftar Harga Daging Ayam <i>Frozen</i> per 23 – 29 Januari	61
12. Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga	62
13. Jawaban Responden Terhadap Variabel Tempat	66
14. Jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi.....	71
15. Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen	72
16. Hasil Uji Validitas Variabel Produk (X1).....	74
17. Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2).....	75
18. Hasil Uji Validitas Variabel Tempat (X3)	75
19. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X4).....	76
20. Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y).....	77

21. Hasil Uji Reliabilitas	78
22. Hasil Uji Multikolinearitas.....	79
23. Hasil Uji Heteroskedastisitas	81
24. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	81

DAFTAR ILUSTRASI

Nomor	Halaman
1. Elemen bauran pemasaran 4P (Gronholm, 2012)	13
2. Kerangka Pemikiran.....	27
3. Struktur Organisasi Operational Prima Freshmart.....	39
4. Produk Daging Ayam Frozen Prima Freshmart.....	52
5. Scatterplot Uji Heteroskedastisitas	80

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. Kuosioner	96
2. Peta Lokasi Penelitian	101
3. Identitas Responden	102
4. Tabulasi Data	111
5. Uji Kelayakan Instrumen	117
6. Uji Asumsi Klasik	124
7. Uji Regresi Linier Berganda	126
8. Surat Izin Penelitian	127
9. Dokumentasi	129