

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *FROZEN FRUIT* DI *BALI FOOD INDUSTRY***

SKRIPSI

Oleh:

KHARISMA GITA AMALIA



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

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *FROZEN FRUIT* DI *BALI FOOD INDUSTRY***

Oleh:

KHARISMA GITA AMALIA

NIM: 23020320140129

Sebagai Salah Satu Syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian pada Program Studi S-1 Agribisnis
Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro

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

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Kharisma Gita Amalia
NIM : 23020320140139
Program Studi : S1 Agribisnis

dengan ini menyatakan sebagai berikut :

1. Skripsi yang berjudul : **Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Frozen Fruit di Bali Food Industry.**
2. Setiap ide dan kutipan dari karya orang lain berupa publikasi atau bentuk lainnya dalam skripsi ini, telah diakui sesuai dengan standar disiplin ilmu.
3. Penulis juga mengakui bahwa skripsi ini dapat dihasilkan berkat bimbingan dan dukungan penuh dari Pembimbing yaitu: **Prof. Dr. Ir. Siswanto Imam Santoso, M. P.** dan **Dr. Ir. Mukson, M. S.**

Apabila dikemudian 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, Juli 2024
Penulis,



Kharisma Gita Amalia

Mengetahui

Pembimbing Utama

Pembimbing Anggota

Prof. Dr. Ir. Siswanto Imam Santoso, M.P.

Dr. Ir. Mukson, M.S.

Judul Skripsi : PENGARUH BAURAN PEMASARAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
FROZEN FRUIT DI BALI FOOD INDUSTRY

Nama Mahasiswa : KHARISMA GITA AMALIA

Nomor Induk Mahasiswa : 23020320140139

Program Studi/ Departemen : S1 AGRIBISNIS/PERTANIAN

Fakultas : PETERNAKAN DAN PERTANIAN

Telah disidangkan di hadapan Tim Penguji
dan dinyatakan lulus pada tanggal 07 AUG 2024

Pembimbing Utama

Pembimbing Anggota

Prof. Dr. Ir. Siswanto Imam Santoso, M.P.

Dr. Ir. Mukson, M.S.

Ketua Program Studi S1 Agribisnis

Ketua Panitia Ujian Akhir Program

Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

Migie Handayani, S.Pt., M.Si.

Dekan

Ketua Departemen



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

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

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *FROZEN FRUIT* DI *BALI FOOD INDUSTRY*

Oleh:
Kharisma Gita Amalia

ABSTRAK

Frozen fruit adalah buah-buahan yang dibekukan hingga suhu tertentu sehingga buah tersebut tahan lama tanpa mengurangi kualitas dari buah tersebut. Strategi bauran pemasaran merupakan kebijakan perusahaan dalam mendorong keberlangsungan usaha kedepan. Tujuan dari penelitian ini yaitu menganalisis trend penjualan, proses keputusan pembelian dan pengaruh bauran pemasaran *frozen fruit* di *Bali Food Industry*. Penelitian ini dilaksanakan pada Januari – Februari 2024 di *Bali Food Industry* dengan penentuan lokasi secara sengaja (*purposive*). Metode penelitian menggunakan metode studi kasus. Teknik pengambilan sampel menggunakan *cluster sampling* berdasarkan kelompok konsumen hotel, restoran, dan kafe (horeka) sejumlah 108 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis trend, dan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik responden didominasi oleh responden horeka berumur 21-30 tahun, dengan jabatan manajer, dan berpendidikan akhir S1. Berdasarkan trend penjualan selama satu tahun mengalami fluktuasi dengan trend meningkat. Proses keputusan pembelian didasarkan pada analisis pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan pasca keputusan pembelian. Faktor strategi bauran pemasaran menunjukkan variabel produk, harga, distribusi, dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Variabel produk, harga, dan distribusi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian sedangkan faktor promosi tidak berpengaruh dalam keputusan pembelian.

Kata Kunci: Pemasaran, Hortikultura, Kepuasan, Horeka

THE INFLUENCE OF MARKETING MIX STRATEGY ON FROZEN FRUIT PURCHASING DECISIONS IN THE BALI FOOD INDUSTRY

ABSTRACT

Frozen fruit is fruits that were frozen to a certain temperature, making them long-lasting without reducing their quality. Marketing mix strategy was the company's policy in promoting future business sustainability. The purpose of this research was to analyze sales trends, the purchase decision process, and the influence of the marketing mix on frozen fruit at Bali Food Industry. This research was conducted from January to February 2024 at Bali Food Industry with the location being intentionally selected (purposive). The research method used was a case study method. The sampling technique used was cluster sampling based on consumer groups hotels, restaurants, and cafes restai (horeka) totaling 108 respondents. The analytical methods used are descriptive analysis, trend analysis, and multiple linear regression analysis. The results of the research show that the characteristics of the respondents are dominated by hospitality respondents aged 21-30 years, with manager positions, and with a bachelor's degree. Based on sales trends over one year, fluctuations were experienced with an increasing trend. The purchase decision process was based on problem recognition analysis, information search, alternative evaluation, purchase decision, and post-purchase decision. Marketing mix strategy factors show that product, price, distribution and promotion variables simultaneously influence purchasing decisions. Product, price and distribution variables partially influence purchasing decisions, while promotional factors have no influence on purchasing decisions.

Keywords: *Marketing, Horticulture, Satisfaction, Horeka*

KATA PENGANTAR

Frozen fruit adalah buah-buahan yang dibekukan hingga suhu tertentu sehingga buah tersebut tahan lama tanpa mengurangi kualitas dari buah tersebut. *Frozen fruit* dari *Bali Food Industry* menggunakan buah-buahan lokal dari petani Indonesia untuk mengurangi *foodwaste* serta menyediakan buah-buahan sepanjang tahun dengan harga yang stabil. *Bali Food Industry* sendiri memiliki kendala dalam memasarkan produk *frozen fruit* di tengah buah segar. Minimnya edukasi kepada masyarakat mengenai *frozen fruit* menyebabkan masyarakat lebih memilih mengonsumsi buah segar serta keberadaan pesaing yang berlomba-lomba menawarkan berbagai macam keunggulan produksinya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bauran pemasaran (produk, harga, tempat, dan promosi) terhadap keputusan pembelian *frozen fruit* di *Bali Food Industry*.

Puji syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan baik. Skripsi ini berjudul Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian *Frozen Fruit* di *Bali Food Industry*. Usulan Penelitian ini disusun sebagai syarat untuk memenuhi mata kuliah Skripsi. Penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada beberapa orang yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan bimbingan kepada penyusun selama penyusunan Skripsi. Pada kesempatan ini penyusun ingin mengucapkan terimakasih kepada:

- 1 Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat dan karunia-Nya berupa kesehatan, kesabaran, kelancaran, serta kemudahan bagi penulis dalam

menyelesaikan masa studi.

- 2 Prof. Dr. Ir.Siswanto Imam Santoso, M.P. selaku Dosen Pembimbing Utama dan Dr. Ir. Mukson, M.S. selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah berkenan meluangkan waktu, memberikan bimbingan dan pengarahan serta doa dan dukungan kepada penulis selama penyusunan Penelitian.
- 3 Prof.Sugiharto,S.Pt,M.Sc.,Ph.D selaku Dekan Fakultas Pertanian dan Pertanian Universitas Diponegoro. Dr.Ir.Heni Rizqiati,S.Pt., M.Si. selaku Ketua Departemen Pertanian Universitas Diponegoro.
- 4 Ir.Kustopo Budiraharjo, M.P. selaku Ketua Program Studi Agribisnis Universitas Diponegoro.
- 5 Suryani Nurfadillah, S.E., M.Si. selaku Koordinator Laboratorium Manajemen Agribisnis Universitas Diponegoro.
- 6 Siwi Gayatri S.Pt., M.Sc., Ph.D. selaku Dosen Wali penulis.
- 7 Seluruh Dosen dan Staff Administrasi Program Studi Agribisnis dan Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro yang telah membantu dalam proses belajar mengajar serta dalam pengurusan administrasi.
- 8 Bapak Made Indra Dananjaya selaku *Owner* dari *Bali Food Industry*, Bali yang telah memberikan izin Penelitian di *Bali Food Industry*.
- 9 Ayah, ibu dan adik penulis, Sugiyarto,S.E., Sarpini,S.E., dan Rahma Gita Aulia yang selalu memberikan kasih sayang, doa, nasihat dan dukungan.
- 10 Sahabat penulis sejak kecil yaitu Cheche, Farel, dan Gita yang senantiasa memberikan doa, dukungan, semangat, dan hiburan.
- 11 Sahabat penulis sejak SMA yaitu “MAKRAB” yang senantiasa memberikan

doa, dukungan, hiburan, serta semangat kepada penulis.

- 12 Sahabat penulis selama di perkuliahan, Amel, Elen, Hasna, Juni, Lintang, Natasya, dan Sarah yang telah menemani selama penyusunan skripsi.
- 13 Sahabat penulis dari KKN Tim II Undip yaitu Adit, Ikik, Isna, Neiska, Triya, dan Vivi yang mengukir kenangan bersama penulis selama 45 hari di Desa Galeh.
- 14 Teman-teman Agribisnis 2020 untuk cerita, canda tawa yang menghibur, serta kenangan selama masa perkuliahan yang berkesan.
- 15 Seluruh responden yang berpartisipasi, membantu menyebarkan kuesioner, dan bersedia meluangkan waktunya di tengah kesibukan untuk berbagi pengalamannya sebagai konsumen Bali Food Industry.
- 16 Pihak-pihak yang secara langsung maupun tidak langsung ikut terlibat dalam penyelesaian tugas akhir ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Demikian pula ucapan terimakasih dan penghargaan atas kesempatan yang diberikan serta kepada seluruh pihak yang telah membantu penyusunan penelitian ini. Penulis menyadari bahwa penulisan Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan Skripsi ini.

Semarang, Juli 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR ILUSTRASI	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan dan Manfaat	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 <i>Frozen Fruit</i>	6
2.2 Analisis Trend	7
2.3 Keputusan Pembelian	7
2.4 Pemasaran	8
2.5 Bauran Pemasaran	9
BAB III METODE PENELITIAN	14
3.1 Kerangka Penelitian	14
3.2 Hipotesis	15
3.3 Waktu dan Lokasi	16
3.4 Metode Penelitian	16
3.5 Penentuan Pengambilan Sampel	17
3.6 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	19
3.7 Mengolah dan Analisis Data	20
3.8 Konsep dan Pengukuran Variabel	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Keadaan Umum Perusahaan	30
4.2 Karakteristik Responden	31

4.3 Analisis Trend Penjualan <i>Frozen Fruit</i>	31
4.4 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	38
4.5 Bauran Pemasaran.....	44
4.6 Kualitas Instrumen	53
4.7 Uji Asumsi Klasik.....	57
4.8 Uji Regresi Linear Berganda	60
4.9 Koefisien Determinasi (R^2).....	62
4.10 Uji t	63
4.11 Uji F	66
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	70

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Sampel Penelitian.....	19
2. Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	31
3. Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan	32
4. Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	33
5. Jumlah dan Persentase Konsumen Frozen Fruit di <i>Bali Food Industry</i>	34
6. Jumlah dan Persentase Konsumen Frozen Fruit di <i>Bali Food Industry</i>	35
7. Penjualan bulanan Frozen Fruit <i>Bali Food Industry</i> tahun 2023	36
8. Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Proses Pengenalan Masalah ..	39
9. Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Proses Pencarian Informasi ...	40
10. Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Proses Evaluasi Alternatif ...	41
11. Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Proses Pembelian	42
12. Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Perilaku Pasca Pembelian ...	43
13. Jawaban Responden Terhadap Variabel Produk.....	45
14. Tingkat Harga Produk Frozen fruit di <i>Bali Food Industry</i>	47
15. Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga.....	48
16. Jawaban Responden Terhadap Variabel Distribusi	50
17. Jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi	52
18. Uji Validitas Variabel Produk.....	53
19. Uji Validitas Variabel Harga.....	54
20. Uji Validitas Variabel Distribusi.....	54

21. Uji Validitas Variabel Promosi	55
22. Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	55
23. Uji Reliabilitas	56
24. Tabel Uji Multikolinearitas	57
25. Tabel Uji Normalitas	59
26. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	60
27. Tabel Uji t	63
28. Tabel Uji F	66

DAFTAR ILUSTRASI

Nomor	Halaman
1. Kerangka Pemikiran	15
2. Grafik Trend Peramalan	37
3. Uji Heteroskedastisitas	58
4. Hasil Uji Regresi.....	59

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. Peta	75
2. Kuesioner	76
3. Identitas Responden	82
4. Hasil Input Data	85
5. Uji Kelayakan Instrumen	90
6. Uji Asumsi Klasik	97
7. Uji Regresi Linear Berganda	100
8. Dokumentasi Penelitian	101
9. Riwayat Hidup	102