

**PENGARUH *MARKETING MIX* 7P TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN BUAH LOKAL
(STUDI KASUS DI ISTANA BUAH SULTAN AGUNG KOTA
SEMARANG)**

SKRIPSI

Oleh

JUNIUS IMANUEL TARIGAN



**PROGRAM STUDI S1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2025**

PENGARUH *MARKETING MIX* 7P TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN BUAH LOKAL
(STUDI KASUS DI ISTANA BUAH SULTAN AGUNG SEMARANG)

Oleh
JUNIOUS IMANUEL TARIGAN
NIM : 23020320130043

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
2025

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Junius Imanuel Tarigan
NIM : 23020320130043
Program Studi : S1 Agribisnis

dengan ini menyatakan sebagai berikut:

1. Skripsi yang berjudul **Pengaruh Marketing Mix 7P Terhadap Kepuasan Konsumen Buah Lokal (Studi Kasus di Istana Buah Sultan Agung Semarang)** dan penelitian yang terkait dengan skripsi ini adalah hasil kerja 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. Joko Mariyono, M.P., Ph.D.** dan **Dr. Migie Handayani, S.Pt., M.Si.**

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.

Semarang, Maret 2025



Junius Imanuel Tarigan

Mengetahui,

Pembimbing Utama

Ir. Joko Mariyono, M.P., Ph.D.

Pembimbing Anggota

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

Judul Skripsi : PENGARUH *MARKETING MIX* 7P TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN BUAH LOKAL (Studi
Kasus di Istana Buah Sultan Agung Semarang)

Nama Mahasiswa : JUNIUS IMANUEL TARIGAN
NIM : 23020320130043
Program Studi/Departemen : AGRIBISNIS/PERTANIAN
Fakultas : PETERNAKAN DAN PERTANIAN

Telah disidangkan di hadapan Tim Penguji
dan dinyatakan lulus pada tanggal 16 April 2025

Pembimbing Utama



Ir. Joko Mariyono, M.P., Ph.D.

Pembimbing Anggota



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

Ketua Program Studi Agribisnis



Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

Ketua Panitia Ujian Akhir



Ir. Joko Mariyono, M.P., Ph.D.

Dekan



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

Ketua Departemen



Ahmad N. Al-Baarri, S.Pt., M.P., Ph.D.

RINGKASAN

JUNIUS IMANUEL TARIGAN. 23020320130043. 2025. Pengaruh *Marketing Mix* 7P Terhadap Kepuasan Konsumen Buah Lokal (Studi Kasus di Istana Buah Sultan Agung Semarang) (Pembimbing : **JOKO MARIYONO** dan **MIGIE HANDAYANI**).

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengetahui pengaruh produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*), dan bukti fisik (*physical evidence*) terhadap kepuasan konsumen (*consumer satisfaction*) buah lokal di Istana Buah Sultan Agung. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Oktober-November 2024 di Istana Buah Sultan Agung Kota Semarang.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan studi kasus. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Istana Buah Sultan Agung merupakan salah satu toko buah terbesar di Kota Semarang. Sumber data dalam penelitian ini merupakan data primer yang berasal dari sampel yaitu para pengunjung Istana Buah. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara dengan menyebarkan kuesioner kepada 160 responden. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel 1) *product* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, 2) *price* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, 3) *place* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, 4) *promotion* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, 5) *people* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, 6) *process* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, 7) *physical evidence* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, 8) variabel *place* dan *people* secara parsial berpengaruh terhadap *consumer satisfaction* di Istana Buah Sultan Agung Kota Semarang.

KATA PENGANTAR

Bauran pemasaran (*Marketing mix*) merupakan strategi pemasaran yang menggabungkan beberapa elemen secara terpadu untuk mencapai tujuan pemasaran yang telah ditetapkan. Tujuan dari *marketing mix* adalah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, membedakan produk dari pesaing, membangun citra merek yang kuat, serta meningkatkan penjualan dan profitabilitas. Kepuasan konsumen merupakan suatu keadaan di mana konsumen merasa senang atau puas setelah menggunakan produk atau jasa. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh *marketing mix* 7P terhadap kepuasan konsumen buah lokal di Istana Buah Sultan Agung.

Puji syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Pengaruh *Marketing Mix* 7P terhadap Kepuasan Konsumen Buah Lokal (Studi Kasus di Istana Buah Sultan Agung Semarang)”. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian proposal usulan penelitian ini, terutama kepada :

1. Ir. Joko Mariyono, M.P., Ph.D. selaku dosen pembimbing utama sekaligus sebagai Koordinator Laboratorium Penyuluhan dan Pemberdayaan Masyarakat yang telah meluangkan waktu, banyak membantu, dan memberikan masukan serta bimbingan kepada penulis;
2. Dr. Migie Handayani, S.Pt., M.Si. selaku dosen pembimbing anggota yang telah meluangkan waktu, banyak membantu, dan memberikan masukan serta bimbingan kepada penulis;

3. Prof. Sugiharto, S.Pt., M.Sc., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Peternakan dan Pertanian yang telah banyak membantu dengan memberikan berbagai macam fasilitas, dukungan, serta berbagai kemudahan lainnya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan lancar;
4. Ahmad Ni'matullah Al-Baarri, S.Pt., M.P., Ph.D. selaku ketua Departemen Pertanian yang telah memberikan kemudahan bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi;
5. Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P. selaku Ketua Program Studi S1 Agribisnis yang telah memberikan kemudahan bagi penulis dalam menyelesaikan usulan penelitian;
6. Siwi Gayatri S.Pt., MSc. Ph.D. selaku dosen wali saya yang telah yang telah meluangkan waktu, banyak membantu, dan memberikan masukan serta bimbingan kepada penulis;
7. Martonis Tarigan dan Ibu Masni Br Ginting selaku orang tua kandung penulis, Eva Christyani Br Tarigan selaku kakak kandung penulis, dan Elsa Emelia Br Tarigan selaku adik kandung penulis, serta keluarga yang telah banyak memberikan cinta dan dukungan yang tidak terhingga bagi penulis dari penulis lahir sampai penulis berhasil menyelesaikan studi S-1.
8. Teman-teman Agribisnis 2020 yang banyak membantu saya dan memberi masukan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Pihak-pihak yang telah membantu dalam proses pengambilan data dan penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari tidak ada sesuatu yang sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran sebagai perbaikan. Semoga hasil penelitian ini dapat dipahami oleh semua orang, khususnya bagi para pembaca.

Semarang, Maret 2025

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR ILUSTRASI	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tujuan.....	4
1.3. Manfaat.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1. Perilaku Konsumen	6
2.2. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	7
2.3. Buah Lokal	8
2.4. Istana Buah Sultan Agung.....	9
2.5. Penelitian Terdahulu	10
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	12
3.1. Kerangka Pemikiran.....	12
3.2. Hipotesis Penelitian.....	15
3.3. Waktu dan Lokasi.....	15
3.4. Metode Penelitian.....	16
3.5. Penentuan dan Pengambilan Sampel.....	16
3.6. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	17
3.7. Metode dan Analisis Data	18
3.8. Batasan Istilah dan Konsep Pengukuran	21
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	23

4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	23
4.2. Karakteristik Responden	25
4.3. Uji Instrumen Penelitian.....	27
4.4. Uji Asumsi Klasik	29
4.5. Analisis Regresi Linear Berganda.....	32
4.6. Uji Parsial (Uji t).....	34
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	38
5.1. Simpulan.....	38
5.2. Saran.....	38
DAFTAR PUSTAKA	40
LAMPIRAN.....	43
RIWAYAT HIDUP.....	62

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Penelitian Terdahulu	10
2. Timeline penelitian	15
3. Karakteristik Responden	25
4. Hasil Uji Validitas	28
5. Hasil Uji Reliabilitas	29
6. Hasil Uji Multikolinearitas	31
7. Hasil Uji Heterokedastisitas	32
8. Hasil Regresi Linear Berganda	32

DAFTAR ILUSTRASI

Nomor	Halaman
1. Kerangka Pemikiran	14
2. Logo Perusahaan.....	24
3. Istana Buah Sultan Agung	25

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. Kuesioner Penelitian	45
2. Profil Responden	49
3. Denah Lokasi	60
4. Dokumentasi di Lokasi	60
5. Tampak Istana Buah	61
6. Pengamatan Buah Lokal	62
7. Tampilan Buah	62