

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN PADA AGROWISATA MELON PREMIUM
DI AKARUKU HYDROFARM CISAUK TANGERANG**

SKRIPSI

Oleh

HAIKAL PRANADYA



**PROGRAM STUDI S-1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2026**

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN PADA AGROWISATA MELON PREMIUM
DI AKARUKU HYDROFARM CISAUK TANGERANG

Oleh

HAIKAL PRANADYA
NIM : 23020322140110

Salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Pertanian pada Profram Studi S-1 Agribisnis
Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro

PROGRAM STUDI S-1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2026



LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Haikal Pranadya
N I M : 23020322140110
Program Studi : Agribisnis

Dengan ini menyatakan sebagai berikut:

1. Skripsi yang berjudul: **Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Agrowisata Melon Premium di Akaruku Hydrofarm Cisauk Tangerang** dan penelitian yang terkait dengan skripsi ini merupakan karya penulis sendiri.
2. Setiap ide atau kutipan dari karya 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: **Dr. Hery Setiyawan, S.Pt., M.Sc.** 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 S-1 Agribisnis, Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro.

Semarang, Juni 2026

Penulis



Haikal Pranadya

Mengetahui:

Pembimbing Anggota

Pembimbing Utama

Dr. Hery Setiyawan, S.Pt., M.Sc.

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

LEMBAR PENGESAHANAN SKRIPSI

Judul Skripsi : PENGARUH BAURAN PEMASARAN
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
PADA AGROWISATA MELON PREMIUM
DI AKARUKU HYDROFARM CISAUK
TANGERANG

Nama Mahasiswa : HAIKAL PRANADYA

Nomor Induk Mahasiswa : 23020322140110

Program Studi/Departemen : S-1 AGRIBISNIS

Fakultas : PETERNAKAN DAN PERTANIAN

Telah disidangkan di hadapan Tim Penguji
dan dinyatakan lulus pada tanggal 19 JUN 2026

Pembimbing Utama



Dr. Hery Setiyawan, S.Pt., M.Sc.

Pembimbing Anggota



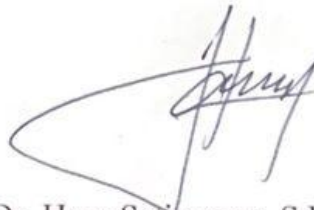
Dr. Migie Handayani, S.Pt., M.Si.

Ketua Program Studi



Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

Ketua Panitia Ujian Akhir Program



Dr. Hery Setiyawan, S.Pt., M.Sc



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

Ketua Departemen



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

RINGKASAN

HAIKAL PRNADYA. 23020322140110. 2026. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Agrowisata Melon Premium di Akaruku Hydrofarm Cisauk Tangerang (Pembimbing: **HERY SETIYAWAN** dan **MIGIE HANDAYANI**).

Penelitian bertujuan untuk 1) Mengidentifikasi karakteristik konsumen Akaruku Hydrofarm Cisauk; 2) Menganalisis penerapan bauran pemasaran agrowisata (*product, price, place, promotion, people, process* dan *physical evidence*) Akaruku Hydrofarm Cisauk. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Oktober sampai Desember 2025 dan berlokasi di Akaruku Hydrofarm, Jalan Raya Cisauk Lapan No. 27, Kecamatan Cisauk, Kabupaten Tangerang, Banten 15341.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Pemilihan metode ini didasarkan pada tujuan penelitian untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran agrowisata terhadap loyalitas konsumen pada Akaruku Hydrofarm Cisauk. Kondisi yang terjadi di Akaruku Hydrofarm Cisauk sebagai destinasi agrowisata melon premium yang menghadapi persaingan dengan agrowisata sejenis di Kabupaten Tangerang serta adanya fluktuasi jumlah kunjungan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penerapan bauran pemasaran agrowisata yang meliputi *product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence* terhadap loyalitas konsumen. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan pihak pengelola serta penyebaran kuesioner kepada konsumen yang telah berkunjung dan membeli melon premium di Akaruku Hydrofarm Cisauk minimal dua kali, sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur, jurnal, dan dokumen pendukung lainnya. Metode pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* dengan jumlah responden sebanyak 150 orang. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) karakteristik konsumen Akaruku Hydrofarm Cisauk agrowisata bersifat universal dengan tujuan kunjungan rekreasi dan edukasi; 2) penerapan bauran pemasaran agrowisata yang meliputi *product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence* secara umum telah diterapkan dengan cukup baik; 3) berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, variabel *place, people, process, dan physical evidence* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, sedangkan variabel *product, price, dan promotion* tidak berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen Akaruku Hydrofarm Cisauk.

Simpulan penelitian menunjukkan bahwa loyalitas konsumen Akaruku Hydrofarm Cisauk dipengaruhi oleh lokasi yang strategis, kualitas pelayanan, kelancaran proses layanan, serta kondisi fisik dan fasilitas agrowisata dibandingkan dengan aspek produk, harga, dan promosi. Peningkatan loyalitas konsumen dapat dilakukan dengan memperkuat kinerja sumber daya manusia, memperbaiki proses pelayanan, serta meningkatkan dan memelihara fasilitas fisik agrowisata.

KATA PENGANTAR

Akaruku Hydrofarm Cisauk merupakan usaha yang bergerak di bidang agrowisata petik melon berbasis pertanian hidroponik, yang menawarkan pengalaman wisata edukatif sekaligus rekreasi bagi pengunjung. Akaruku Hydrofarm Cisauk berlokasi di Kecamatan Cisauk, Kabupaten Tangerang. Penulis melakukan penelitian di Akaruku Hydrofarm Cisauk dengan mempelajari penerapan bauran pemasaran serta pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen pada agrowisata petik melon.

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran 7P terhadap Loyalitas Konsumen pada Agrowisata Petik Melon di Akaruku Hydrofarm Cisauk” dengan baik dan tepat waktu.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Hery Setiyawan, S.Pt., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Utama, Koordinator Laboratorium Manajemen Agribisnis, serta Dosen Wali yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan masukan selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Dr. Migie Handayani, S.Pt., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah memberikan arahan dan saran yang sangat bermanfaat sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

3. Prof. Sugiharto, S.Pt., M.Sc., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro yang telah mendukung kelancaran proses perkuliahan.
4. Ahmad Ni'Matullah Al-Baarri, S.Pt., M.P., Ph.D. selaku Ketua Departemen Pertanian Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro yang telah memberikan berbagai fasilitas dan kemudahan selama masa studi.
5. Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P. selaku Ketua Program Studi S-1 Agribisnis Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro yang telah memberikan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan staf administrasi Program Studi Agribisnis serta Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro yang telah membantu penulis selama proses perkuliahan dan administrasi akademik.
7. Bapak Satori dan Ibu Haryati, selaku orang tua penulis, yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, motivasi, dan dukungan moral maupun material kepada penulis.
8. Dimas Meizal Nurprana, Dwiki Syaputra, dan Annisa Mutiara Cantika, selaku kakak kandung penulis, yang selalu memberikan doa, saran, kasih sayang, serta dukungan.
9. Salman Majid dan Fauziyyah Surya Septa Anggraini, selaku sahabat dan teman penulis selama kegiatan PKL yang telah memberikan motivasi dan dukungan selama penulisan skripsi.

10. Teman-teman Anggora (Baldi, Denys, Fariq, Fawwaz, Fazli, Rafi, Raihan, Rifqi dan Zidan) yang telah memberikan semangat, kebersamaan, dan dukungan selama masa perkuliahan.
11. Muhammad Rakha Arrazan dan Muhammad Fahmi, selaku sahabat penulis di luar FPP yang telah memberikan semangat, kebersamaan, dan dukungan selama masa perkuliahan.
12. Rekan-rekan mahasiswa Program Studi Agribisnis Universitas Diponegoro yang turut membantu dan memberikan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
13. Terakhir, penulis mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri atas usaha, ketekunan, dan semangat yang telah dijaga hingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan kekurangan, baik dari segi penulisan maupun materi. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis, pihak Akaruku Hydrofarm Cisauk, serta pembaca pada umumnya.

Semarang, Juni 2026

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 dan Manfaat Penelitian	4
 BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	 5
2.1. Agrowisata	5
2.2. Melon (<i>Cucumis melo</i> L)	6
2.3. Pemasaran	8
2.4. Bauran Pemasaran.....	9
2.5. Loyalitas Konsumen.....	16
2.6. Penelitian Terdahulu	18
 BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	 19
3.1. Kerangka Pemikiran Penelitian.....	19
3.2. Hipotesis Penelitian.....	21
3.3. Tempat dan Waktu Penelitian	21
3.4. Metode Penelitian.....	22
3.5. Analisis Data	26
3.6. Batasan Konsep dan Pengukuran Variabel	33
 BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	 36
4.1. Keadaan Umum Akaruku Hydrofarm Cisauk.....	36
4.2. Daya Tarik Agrowisata Akaruku Hyfrofarm Cisauk	43

4.3. Karakteristik Responden	44
4.4. Aspek Bauran Pemasaran.....	51
4.5. Uji Kelayakan Instrumen	71
4.6. Uji Normalitas	73
4.7. Uji Asumsi Klasik.....	74
4.8. Uji Regresi Linear Berganda.....	76
4.9. Uji Koefisien Determinasi	77
4.10. Uji Simultan (Uji F)	78
4.11. Uji Parsial (Uji t).....	78
 BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	 85
5.1. Simpulan	85
5.2. Saran.....	86
 DAFTAR PUSTAKA	 87
 LAMPIRAN.....	 95
 RIWAYAT HIDUP	 125

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Penelitian Terdahulu.....	20
2. Indikator Variabel.....	26
3. Jumlah dan Persentase Pengunjung Akaruku Hydrofarm Cisauk Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
4. Jumlah dan Persentase Pengunjung Akaruku Hydrofarm Cisauk Berdasarkan Usia.....	46
5. Jumlah dan Persentase Pengunjung Akaruku Hydrofarm Cisauk Berdasarkan Pekerjaan.....	47
6. Jumlah dan Persentase Pengunjung Akaruku Hydrofarm Cisauk Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	48
7. Jumlah dan Persentase Pengunjung Akaruku Hydrofarm Cisauk Berdasarkan Sumber Informasi.....	59
8. Jumlah dan Persentase Pengunjung Akaruku Hydrofarm Cisauk Berdasarkan Jumlah Kunjungan Per Musim Panen...	50
9. Jenis-jenis Produk di Akaruku Hydrofarm Cisauk.....	53
10. Penerapan Bauran Pemasaran <i>Product</i>	54
11. Daftar Harga Produk di Akaruku Hydrofarm Cisauk.....	56
12. Penerapan Bauran Pemasaran <i>Price</i>	57
13. Penerapan Bauran Pemasaran <i>Place</i>	60
14. Penerapan Bauran Pemasaran <i>Promotion</i>	62
15. Penerapan Bauran Pemasaran <i>People</i>	65
16. Penerapan Bauran Pemasaran <i>Process</i>	67
17. Penerapan Bauran Pemasaran <i>Physical evidence</i>	70
18. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	77

DAFTAR ILUSTRASI

Nomor	Halaman
1. Kerangka Pemikiran.....	19
2. Struktur Organisasi Akaruku Hydrofarm Cisauk.....	41

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. Peta Lokasi Penelitian.....	95
2. <i>Layout</i> Akaruku Hydrofarm Cisauk.....	96
3. Grafik Penjualan Melon Premium Tahun 2024-2025.....	98
4. Kuesioner dan Identitas Responden	99
5. Tabulasi Identitas Identitas Responden.....	105
6. Hasil Uji Validitas.....	111
7. Hasil Uji Reliabilitas.....	113
8. Hasil Uji Normalitas dan Asumsi Klasik.....	114
9. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	116
10. Hasil Uji Hipotesis.....	117
11. Dokumentasi.....	118