

**PENGARUH *MARKETING MIX 4P (PRODUCT, PRICE, PLACE, PROMOTION)* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MADU PRAMUKA DI KOTA SEMARANG**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**NABILAH INAS SARASWATI**



**PROGRAM STUDI S1 AGRIBISNIS  
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
S E M A R A N G  
2 0 2 3**

PENGARUH *MARKETING MIX 4P (PRODUCT, PRICE, PLACE, PROMOTION)* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MADU PRAMUKA  
DI KOTA SEMARANG

Oleh:

NABILAH INAS SARASWATI  
NIM: 23020319140045

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  
S E M A R A N G  
2023

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Nabilah Inas Saraswati  
NIM : 23020319140045  
Program Studi : S1 Agribisnis

dengan ini menyatakan sebagai berikut:

1. Skripsi yang berjudul **Pengaruh Marketing Mix 4P (product, price, place, promotion) Terhadap Loyalitas Konsumen Madu Pramuka Di Kota Semarang** dan penelitian yang terkait dengan skripsi ini adalah hasil kerjaan saya sendiri.
2. Setiap ide atau kutipan 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 **Dr. Ir. Mukson, M.S.**

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, Juli 2023

Penulis,



Nabilah Inas Saraswati

Mengetahui:

Pembimbing Utama

Handwritten signature of Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

Pembimbing Anggota

Handwritten signature of Dr. Ir. Mukson, M.S.

Dr. Ir. Mukson, M.S.

Judul Skripsi : PENGARUH *MARKETING MIX 4P (PRODUCT, PRICE, PLACE, PROMOTION)* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MADU PRAMUKA DI KOTA SEMARANG

Nama Mahasiswa : NABILAH INAS SARASWATI

NIM : 23020319140045

Program Studi/ Departemen : SI AGRIBISNIS/PERTANIAN

Fakultas : PETERNAKAN DAN PERTANIAN

Telah disidangkan di hadapan Tim Penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 20 September 2023

Pembimbing Utama

Pembimbing Anggota

Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.  
Ketua Program Studi

Dr. Ir. Mukson, M.S.  
Ketua Panitia Ujian Akhir Program

Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

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



Prof. Dr. Ir. Bambang W. H. E. P., M.S., M.Agr., IPU

Ketua Departemen Pertanian

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

**PENGARUH MARKETING MIX 4P (*PRODUCT, PRICE, PLACE, PROMOTION*) TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MADU PRAMUKA DI KOTA SEMARANG**

**Oleh:  
Nabilah Inas Saraswati**

**ABSTRAK**

Loyalitas konsumen adalah kesetiaan konsumen terhadap suatu merek yang ditunjukkan dengan sikap positif untuk melakukan pembelian di masa mendatang. Ketatnya persaingan antar produsen madu, membuat produsen harus mampu mempertahankan loyalitas konsumen agar perusahaan tetap dapat mempertahankan usahanya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan dan pengaruh *marketing mix* (*product, price, promotion, dan place*) terhadap loyalitas konsumen Madu Pramuka di Kota Semarang. Penelitian dilaksanakan pada bulan Februari-Maret 2023 di Kota Semarang. Penelitian ini menggunakan metode survei. Penentuan sampel penelitian menggunakan teknik non *probability sampling*, yaitu *accidental sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian sebanyak 100 orang konsumen pada lima gerai Madu Pramuka di Kota Semarang. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan menggunakan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan regresi linear berganda. Berdasarkan analisis deskriptif, responden didominasi oleh 54% laki-laki, 39% berusia 31- 40 tahun, 56% sudah menikah, 28% karyawan swasta, 35% berpenghasilan Rp 3.000.001 – Rp 5.000.000, dan 41% 2 hingga 3 kali frekuensi pembelian madu pramuka dalam sebulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk (*product*) Madu Pramuka sudah memiliki variasi rasa dan ukuran, harga (*price*) Madu Pramuka bersaing dan sudah sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen, tempat (*place*) penjualan Madu Pramuka strategis dan mudah dijangkau, dan promosi (*promotion*) Madu Pramuka dilakukan melalui website, Instagram, dan brosur. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda didapatkan nilai koefisien determinasi sebesar 61%, secara simultan produk, harga, tempat, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Madu Pramuka di Kota Semarang, secara parsial produk, harga, dan promosi berpengaruh signifikan, sedangkan tempat tidak berpengaruh signifikan.

**Kata kunci:** bauran pemasaran, Madu Pramuka, loyalitas konsumen

**THE INFLUENCE OF 4P (PRODUCT, PRICE, PLACE, PROMOTION)  
MARKETING MIX ON CONSUMERS LOYALTY OF MADU PRAMUKA IN  
SEMARANG CITY**

**ABSTRACT**

*Consumer loyalty is consumer loyalty to a brand which is shown by a positive attitude to make purchases in the future. The tight competition between honey producers makes producers must be able to maintain consumer loyalty so that the company can maintain its business. This study aimed to analyze the application and influence of marketing mix (product, price, promotion, and place) on consumer loyalty of Pramuka Honey in Semarang City. The research was conducted in February-March 2023 in Semarang. This research used a survey method. Determination of the research sample using non probability sampling technique, namely accidental sampling. The number of samples in the study were 100 consumers at five Pramuka Honey outlets in Semarang City. Data were obtained by interviews using a questionnaire. The data analysis method used was descriptive analysis and multiple linear regression. Based on descriptive analysis, respondents were dominated by 54% male, 39% aged 31-40 years, 56% married, 28% private employees, 35% earn Rp 3,000,001-Rp 5,000,000, and 41% 2 to 3 times the frequency of purchasing scout honey in a month. The results showed that the product of Pramuka Honey already has a variety of flavors and sizes, the price of Pramuka Honey is competitive and is in accordance with the purchasing power of consumers, the place of sale of Pramuka Honey is strategic and easy to reach, and the promotion of Pramuka Honey is carried out through the website, Instagram, and brochures. Based on the results of multiple linear regression analysis, the coefficient of determination is 61%, simultaneously product, price, place, and promotion have a significant effect on consumer loyalty of Madu Pramuka in Semarang City, partially product, price, and promotion have a significant effect, while place has no significant effect.*

**Keywords:** *consumer loyalty, marketing mix, madu pramuka*

## KATA PENGANTAR

Produsen madu yang semakin banyak mengakibatkan tingkat persaingan antar kompetitor produsen semakin meningkat. Keadaan persaingan yang ketat dalam pasar pembeli menjadikan peranan produk, harga, tempat, dan promosi penjualan sangat penting dalam membangun loyalitas pelanggan. Madu Pramuka merupakan salah satu produsen madu di Kota Semarang. Strategi pemasaran yang dapat yaitu dengan penerapan *marketing mix* 4P .

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik yang berjudul Pengaruh *Marketing Mix* 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) Terhadap Loyalitas Konsumen Madu Pramuka Di Kota Semarang. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memenuhi mata kuliah Skripsi. Pada kesempatan ini, penulis dengan hormat mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P. selaku Pembimbing Utama yang telah meluangkan waktu, memberikan bantuan, penjelasan, saran, dan masukan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi.
2. Dr. Ir. Mukson, M.S. selaku Pembimbing Anggota dan Dosen Wali yang telah meluangkan waktu, memberikan bantuan, penjelasan, saran, dan masukan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi.
3. Prof. Dr. Ir. Bambang Waluyo Hadi Eko Prasetyono, M.S., M.Agr., IPU. selaku Dekan Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro Semarang yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.

4. Dr. Ir. Heni Rizqiati, S.Pt., M.Si. selaku Ketua Departemen Pertanian yang telah memberikan kemudahan bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi.
5. Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P. selaku Ketua Program Studi S-1 Agribisnis yang memberikan kemudahan bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi dengan lancar.
6. Bapak Taufik selaku Kepala Bagian Humaniora yang telah memberikan izin penelitian di Madu Pramuka Kota Semarang.
7. Bapak Abidin selaku Kepala Bagian Pemasaran yang telah memberikan informasi terkait pemasaran Madu Pramuka di Kota Semarang.
8. Mas Rizal, Mas Arif, Mas Agil, Mas Wahyu, dan Mas Rifqi selaku penjaga gerai Madu Pramuka di Kota Semarang yang telah membantu dalam proses penelitian.
9. Bapak Suryanto dan Ibu Aeni selaku orang tua penulis, serta keluarga besar penulis yang tidak pernah berhenti memberikan dukungan secara moral dan material bagi penulis.
10. Teman-teman Agribisnis angkatan 2019 yang telah memberikan dukungan dan bantuan bagi penulis.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Maka dari itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun agar kedepannya penulis dapat menjadi lebih baik.

Semarang, Juli 2023

Penulis



## DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR ILUSTRASI .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Tujuan .....	5
1.3. Manfaat... ..	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Madu .....	7
2.2. Pemasaran .....	9
2.3. <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran) .....	10
2.4. Loyalitas Konsumen .....	16
2.5. Penelitian Terdahulu... ..	17
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
3.1. Kerangka Penelitian .....	21
3.2. Hipotesis.....	23
3.3. Waktu dan Lokasi .....	24
3.4. Metode Penelitian .....	24
3.5. Penentuan Pengambilan Sampel .....	24
3.6. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	26

3.7. Mengolah dan Analisis Data .....	26
3.8. Konsep dan Pengukuran Variabel.....	31
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>33</b>
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	33
4.2. Gambaran Umum Responden .....	36
4.3. Penerapan Bauran Pemasaran Produk Madu Pramuka .....	45
4.4. Uji Instrumen .....	64
4.5. Uji Normalitas.....	66
4.6. Uji Asumsi Klasik.....	66
4.7. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen..	70
4.8. Koefisien Determinasi.....	70
4.9. Uji F .....	71
4.10. Uji t.....	72
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>76</b>
5.1. Simpulan .....	76
5.2. Saran.....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>78</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>84</b>
<b>RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>116</b>

## DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Pulau Persebaran Produksi Madu Nasional Tahun 2017-2021 .....	3
2. Produksi Madu Nasional Tahun 2017-2021 .....	8
3. Penelitian Terdahulu sebagai Acuan Penelitian .....	18
4. Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	37
5. Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Usia.....	38
6. Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Status Pernikahan .....	40
7. Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	40
8. Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Penghasilan.....	43
9. Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	45
10. Distribusi Jawaban Responden pada Variabel Produk (X1) .....	47
11. Distribusi Jawaban Responden pada Variabel Harga (X2).....	50
12. Distribusi Jawaban Responden pada Variabel Tempat (X3) .....	52
13. Distribusi Jawaban Responden pada Variabel Promosi (X4) .....	57
14. Distribusi Jawaban Responden pada Variabel Loyalitas Konsumen (Y) .....	60
15. Hasil Statistik Uji Validitas Variabel Bauran Pemasaran dan Loyalitas .....	64
16. Hasil Uji Reliabilitas .....	65
17. Hasil Uji Multikolinearitas.....	67
18. <i>Output</i> Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	70
19. <i>Output</i> Uji F .....	71

## DAFTAR ILUSTRASI

Nomor	Halaman
1. Kerangka Pemikiran.....	23
2. <i>Pie Chart</i> berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
3. <i>Pie Chart</i> berdasarkan usia .....	39
4. <i>Pie Chart</i> status .....	40
5. <i>Pie Chart</i> berdasarkan pekerjaan. ....	41
6. <i>Pie Chart</i> berdasarkan penghasilan.....	44
7. <i>Scatterplot</i> Uji Heterokedastisitas.....	68
8. Grafik P-Plot .....	69

## DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. Kuesioner .....	84
2. Gambaran umum dan distribusi jawaban responden .....	89
3. Hasil Analisis Data.....	105
4. Dokumentasi... ..	113