

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN 7P PADA KONSUMEN
PRODUK SELADA HIDROPONIK CV. TIRTA FERTINDO PRATAMA**

SKRIPSI

Oleh:

YULVIKA FITRIANNAS



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

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN 7P PADA KONSUMEN
PRODUK SELADA HIDROPONIK CV. TIRTA FERTINDO PRATAMA**

Oleh

YULVIKA FITRIANNAS

NIM: 23020318120035

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian pada Program Studi Agribisnis
Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro

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

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yulvika Fitriannas
N I M : 23020318120035
Program Studi : S1 Agribisnis

dengan ini menyatakan sebagai berikut :

1. Skripsi yang berjudul: **Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P pada Konsumen Produk Selada Hidroponik CV. Tirta Fertindo Pratama**, dan penelitian yang terkait dengan skripsi ini adalah hasil kerja saya 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 skripsi ini dapat dihasilkan berkat bimbingan dan dukungan penuh pembimbing saya, yaitu : **Dr. Ir. Mukson, M.S. dan Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.**

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 Peternakan, Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro.

Semarang, 23 Maret 2024

Penulis,




Yulvika Fitriannas

Mengetahui:

Pembimbing Utama

Pembimbing Anggota


Dr. Ir. Mukson, M.S.


Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN 7P PADA KONSUMEN PRODUK SELADA HIDROPONIK CV. TIRTA FERTINDO PRATAMA

Nama Mahasiswa : YULVIKA FITRIANNAS

Nomor Induk Mahasiswa : 23020318120035

Program Studi/Departemen : AGRIBISNIS/PERTANIAN

Fakultas : PETERNAKAN DAN PERTANIAN

Telah disidangkan di hadapan Tim Penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal03 JUN.. 2024

Pembimbing Utama



Dr. Ir. Mukson, M.S.

Pembimbing Anggota



Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

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 BAURAN PEMASARAN 7P PADA KONSUMEN PRODUK SELADA HIDROPONIK CV. TIRTA FERTINDO PRATAMA

*Analysis of The Influence of The 7P Marketing Mix on Consumers of
Hydroponic Lettuce Products CV. Tirta Fertindo Pratama*

OLEH:
Yulvika Fitriannas

ABSTRAK

penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap komponen bauran pemasaran 7P produk selada hidroponik CV. Tirta Fertindo Pratama dan menganalisis pengaruh bauran pemasaran 7P terhadap keputusan pembelian selada hidroponik CV. Tirta Fertindo Pratama. Penelitian dilaksanakan pada Agustus 2022 yang berlokasi di Jl. Tejosari Raya No. 1 Gedawang, Kec. Banyumanik, Semarang, Jawa Tengah. Pemilihan lokasi dilakukan secara *puosive* atas pertimbangan CV. Tirta Fertindo Pratama merupakan salah satu usaha budidaya dan pemasaran tanaman hidroponik dengan produk unggulannya buah-buahan dan sayuran hidroponik. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Metode penentuan sampel responden dilakukan teknik *accidental sampling* sebanyak 100 sampel yang merupakan konsumen yang sedang melakukan pembelian produk selada hidroponik Fertindo langsung di CV. Tirta Fertindo Pratama. Metode pengumpulan data primer diperoleh dari wawancara berdasarkan kuesioner yang diberikan kepada konsumen bersangkutan. Data sekunder diperoleh dari sumber lain yang relevan. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan uji statistik regresi linear berganda. Variabel dependen (Y) dalam analisis regresi linear berganda adalah keputusan pembelian dan variabel independen (X) adalah *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang/ SDM), *process* (proses), dan *physical evidence* (bukti fisik). Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel *marketing mix* (7P) memiliki nilai Tingkat Capaian Responden (TCR) yang tergolong dalam kategori baik. Variabel yang berpengaruh secara langsung terhadap keputusan pembelian yaitu produk, harga, tempat, orang/SDM, proses, dan bukti fisik. Variabel yang tidak berpengaruh adalah promosi. Variabel bauran pemasaran 7P yang paling dominan adalah variabel tempat dengan nilai *Standardized Coefficients Beta* sebesar 24,1 dari total variabel.

Kata kunci : *merketing mix*, keputusan pembelian, selada

ABSTRACT

This study aims to determine consumer perceptions of the 7P marketing mix components and analyze the effect of the 7P marketing mix on purchasing decisions for hydroponic lettuce products CV. Tirta Fertindo Pratama. The research was conducted in August 2022 located at Jl. Tejosari Raya No. 1 Gedawang, Kec. Banyumanik, Semarang, Central Java. The location was selected puosively based on the consideration that CV. Tirta Fertindo Pratama is one of the hydroponic plant cultivation and marketing businesses with its superior products of hydroponic fruits and vegetables. The research method used was the survey method. The method of determining the sample of respondents was carried out by accidental sampling technique as many as 100 samples who were consumers that purchasing Fertindo hydroponic lettuce products directly at CV. Tirta Fertindo Pratama. Primary data were obtained from interviews based on questionnaires distributed to consumers. Secondary data were obtained from other relevant sources. The data analysis method used was descriptive analysis and multiple linear regression statistical tests. The dependent variable (Y) in multiple linear regression analysis is the purchase decision and the independent variables (X) are product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence. The results showed that all marketing mix variables (7P) have a Respondent Achievement Rate (TCR) value which is classified in the good category. Variables that have a direct effect on purchasing decisions are product, price, place, people / human resources, process, and physical evidence. The variable that has no effect is promotion. The most dominant 7P marketing mix variable is the place variable with a Standardized Coefficients Beta value of 24.1 of the total variables.

Keywords: *lettuce, marketing mix, purchasing decisions*

KATA PENGANTAR

Bauran pemasaran atau *marketing mix* adalah suatu strategi yang terdiri dari beberapa unsur teadu yang digunakan produsen atau perusahaan untuk memasarkan produk atau jasa kepada pelanggan. Adanya *Marketing mix* dapat membantu perusahaan dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat sehingga terjadi peningkatan volume penjualan.

Puji syukur penulis ucapkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P pada Konsumen Produk Selada Hidroponik CV. Tirta Fertindo Pratama” ini dengan baik. Penyusunan skripsi ini dilakukan sebagai kewajiban untuk melaksanakan Penelitian guna menyelesaikan tugas akhir mahasiswa S-1 Agribisnis, Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro, Semarang.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membimbing, memberi doa, serta dukungan sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih ini ditujukan kepada :

1. Dr. Ir. Mukson, M.S., selaku dosen pembimbing utama dan Ir. Kustopo Budiraharjo, M. P. selaku dosen pembimbing anggota atas bimbingan dan saran yang telah diberikan dalam proses penyusunan skripsi.
2. Prof. Sugiharto, S.Pt., M.Sc., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro
3. Dr. Ir. Heni Rizqiati, S.Pt., M.Si. selaku Ketua Departemen Pertanian Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro.

4. Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P. selaku Ketua Program Studi S1-Agribisnis Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro.
5. Suryani Nurfadillah, S.E., M.Si. selaku Koordinator Laboratorium Manajemen Agribisnis atas kesempatan dan fasilitas yang diberikan kepada penulis selama menempuh studi di Universitas Diponegoro.
6. Dr. Ir. Mukson, M.S. selaku dosen wali yang telah mendukung dan membimbing segala kegiatan yang berhubungan dengan penyusunan skripsi.
7. Ibu Sri Suhartati, Putra Adhi Anggara dan Elsy Sasriani Tanoko selaku orang tua dan kakak penulis.
8. Amartya, Mutiara, Rania, Rizki Utami, Mita, Rinsop, Dwi Ayu, Dhita, Kikik, Vini, Nur Attifah, Vanti, Sari dan Putri Mile selaku sahabat penulis.
9. Mbak Lia selaku tim pemasaran CV. Tirta Fertindo Pratama yang telah membantu penulis dalam melengkapi data-data pendukung yang diperlukan.
10. Seluruh pihak yang berkenan untuk memberikan motivasi, dorongan dan kerjasama yang baik hingga skripsi ini terselesaikan.

Semarang, 23 Maret 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Tujuan	5
1.3. Manfaat.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Tanaman Selada.....	7
2.2. Sistem Hidroponik.....	9
2.3. Bauran Pemasaran	13
2.4. Keputusan Pembelian	22
2.5. Persepsi Konsumen.....	22
2.6. Penelitian Terdahulu.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1. Kerangka Penelitian.....	28
3.2. Hipotesis	29
3.3. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	30
3.4. Metode Penelitian	30
3.5. Teknik Pengambilan Sampel.....	31
3.6. Metode Pengumpulan Data	32
3.7. Metode Analisis Data	32
3.8. Konsep dan Pengukuran Variabel	40

BAB IV_HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1. Gambaran Umum CV. Tirta Fertindo Pratama	43
4.2. Karakteristik Responden.....	46
4.3. Analisis Tingkat Capaian Responden terhadap Bauran Pemasaran 7P	52
4.4. Hasil Uji Kelayakan Instrumen	67
4.5. Uji Normalitas	70
4.6. Hasil Uji Asumsi Klasik	71
4.7. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	73
4.8. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	76
4.9. Hasil Uji Hipotesis Simultan (Uji F)	76
4.10. Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji t)	77
4.11. Pembahasan.....	77
 BAB V_SIMPULAN DAN SARAN	 81
5.1. Simpulan.....	81
5.2. Saran.....	81
 DAFTAR PUSTAKA	 83
 LAMPIRAN.....	 Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Kandungan gizi dalam 100 gram selada.....	8
2. Data produksi selada hidroponik CV. Tirta Fertindo Pratama tahun 2021-2023	9
3. Hasil Penelitian Terdahulu	26
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	48
6. Karakteristik Responden Berdasarkan jenis Pekerjaan	49
7. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan.....	50
8. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	51
9. Tingkat Capaian Responden (TCR) pada Masing-Masing Variabel.....	52
10. Tingkat Capaian Responden (TCR) pada berbagai Indikator <i>Product</i> ..	53
11. Tingkat Capaian Responden (TCR) pada berbagai Indikator <i>Price</i>	56
12. Tingkat Capaian Responden (TCR) pada berbagai Indikator <i>Place</i>	57
13. Tingkat Capaian Responden (TCR) pada berbagai Indikator <i>Promotion</i>	59
14. Tingkat Capaian Responden (TCR) pada berbagai Indikator <i>People</i> ...	61
15. Tingkat Capaian Responden (TCR) pada berbagai Indikator <i>Process</i> ..	62
16. Tingkat Capaian Responden (TCR) pada berbagai Indikator <i>Physical Evidence</i>	64
17. Tingkat Capaian Responden (TCR) pada berbagai Indikator Keputusan pembelian	66
18. Hasil Uji Validitas	68
19. Hasil Uji Realibilitas	69

20. Hasil Uji Normalitas	70
21. Hasil Uji Multikolinearitas	72
22. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	73
23. Urutan Variabel Paling Dominan	75
24. Hasil Uji Hipotesis Simultan (Uji F)	76
25. Hasil Uji t.....	77

DAFTAR ILUSTRASI

Nomor	Halaman
1. Skema sistem irigasi terbuka dan tertutup	11
2. Ilustrasi sistem hidroponik NFT	12
3. Kerangka Penelitian.....	29
4. Struktur Organisasi CV. Tirta Fertindo Pratama	45
5. TCR pada Variabel Marketing Mix 7P.....	53
6. Hasil Uji Heteroskedastisitas	71

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. Kuesioner.....	90
2. Peta Lokasi Penelitian	95
3. Data Produksi Selada Hidroponik Fertindo 2021-2023 (Seluruh Cabang)	95
4. Hasil Uji Instrumen	97
5. Uji Normalitas	100
6. Uji Asumsi Klasik	102
7. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	104
8. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	105
9. Hasil Uji F	106
10. Hasil Uji t.....	107
11. Hasil Uji Deskriptif	108
12. Identitas dan Karakteristik Responden	120
13. Hasil Input Data Skor Skala Likert.....	127