

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN STROBERI DI LUMBUNG STROBERI KOTA BATU**

SKRIPSI

Oleh:

KHUSNUL KOTIMAH



**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 KEPUASAN
KONSUMEN STROBERI DI LUMBUNG STROBERI KOTA BATU

Oleh:

KHUSNUL KOTIMAH
NIM: 23020320130057

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
2 0 2 4

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Khusnul Kotimah
NIM : 23020320130057
Program Studi : S1 Agribisnis

dengan ini menyatakan sebagai berikut:

1. Skripsi yang berjudul **Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Stroberi Di Lumbung Stroberi Kota Batu** 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 standar prosedur disiplin ilmu.
3. Penulis juga mengakui bahwa skripsi ini dapat dihasilkan berkat pembimbing dan dukungan penuh dari pembimbing yaitu: **Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.** dan **Wahyu Dyah Prastiwi S.Pt., M.M., M.Sc.**

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 ketentuan dari Program Studi S1 Agribisnis, Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro.

Semarang, Agustus 2024
Penulis,



Khusnul Kotimah

Mengetahui

Pembimbing Utama

Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

Pembimbing Anggota

Wahyu Dyah Prastiwi S.Pt., M.M., M.Sc.

Judul Skripsi : PENGARUH BAURAN PEMASARAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
STROBERI DI LUMBUNG STROBERI KOTA
BATU

Nama Mahasiswa : Khusnul Kotimah

NIM : 23020320130057

Program Studi/Departemen : SI-AGRIBISNIS / PETERNAKAN DAN
PERTANIAN

Fakultas : PETERNAKAN DAN PERTANIAN

Telah disidangkan di hadapan Tim Penguji
dan dinyatakan lulus pada tanggal **15 AUG 2024**

Pembimbing Utama



Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

Pembimbing Anggota



Wahyu Dyah Prastiwi S.Pt., M.M., M.Sc.

Ketua Program Studi



Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

Ketua Panitia Ujian Akhir Program



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

Dekan



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

Plt. Ketua Departemen Pertanian



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

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN STROBERI DI LUMBUNG STROBERI KOTA BATU

Oleh:

KHUSNUL KOTIMAH

ABSTRAK

Tujuan penelitian adalah untuk mengidentifikasi pelaksanaan bauran pemasaran stroberi di Lumbung Stroberi Kota Batu, menganalisis tingkat kepuasan konsumen stroberi di Lumbung Stroberi Kota Batu dan menganalisis pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen stroberi di Lumbung Stroberi Kota Batu. Penelitian dilaksanakan pada bulan Desember 2023 di Lumbung Stroberi Kota Batu. Lokasi penelitian dipilih dengan pertimbangan bahwa Lumbung Stroberi merupakan salah satu sentra budidaya stroberi yang cukup terkenal di Kota Batu yang juga merupakan tempat wisata agro petik stroberi. Metode penelitian yaitu studi kasus dengan metode pengambilan sampel secara *accidental sampling*. Jumlah responden 100 orang dengan kriteria pernah membeli dan mengonsumsi stroberi milik Lumbung Stroberi. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi dan wawancara. Data sekunder berasal dari studi kepustakaan dan sumber lain yang relevan. Analisis data menggunakan deskriptif, analisis IPA dan CSI serta analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Lumbung Stroberi sudah menerapkan bauran pemasaran 4P yaitu produk, harga, tempat dan promosi. Hasil perhitungan *Importance Performance Analysis* (IPA) menunjukkan atribut yang dianggap penting oleh konsumen adalah indikator yang menempati kuadran I yaitu promosi media sosial dan kuadran II yaitu kemasan menarik, rasa enak, harga terjangkau, pembayaran mudah, potongan harga, ketersediaan produk, kemudahan produk, kebersihan, promosi sesuai realita dan media bervariasi. Hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) menemukan bahwa nilai kepuasan konsumen stroberi sebesar 76,21% yang artinya konsumen merasa puas dengan produk, harga, tempat dan promosi yang diterapkan oleh Lumbung Stroberi. Variabel produk, harga, tempat dan promosi secara parsial maupun serempak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen stroberi.

Kata Kunci: bauran produk, harga, tempat, promosi, IPA, CSI.

EFFECT OF MARKETING MIX ON CONSUMER SATISFACTION OF STRAWBERRY IN STRAWBERRY BARN BATU CITY

ABSTRACT

The research objectives are to identify the implementation on the strawberry selling at the Strawberry Barn Batu City, calculate the level of strawberry consumer satisfaction at the Strawberry Barn Batu City and analyze the effect of the marketing mix on strawberry consumer satisfaction at the Strawberry Barn Batu City. The research was conducted in December 2023 at the Stone Town Strawberry Barn. The research location was chosen with the consideration that Lumbung Stroberi is one of the well-known strawberry cultivation centers in Batu City which is also a strawberry picking agro-tourism site. A case study with accidental sampling method uses as research method. The number of respondents was 100 people with the criteria of having bought and consumed strawberries belonging to Lumbung Stroberi. The types of data used are primary data and secondary data. Primary data is obtained through observation and interviews. Secondary data comes from literature studies and other relevant sources. Data analysis uses descriptive, IPA and CSI analysis and multiple linear regression analysis. The results found that Lumbung Stroberi has implemented the 4P marketing mix, namely product, price, place and promotion. The results of the Importance Performance Analysis (IPA) calculation show that the attributes that are considered important by consumers are indicators that occupy quadrant I, namely social media promotion and quadrant II, namely attractive packaging, good taste, affordable prices, easy payment, discounts, product availability, product convenience, cleanliness, promotion according to reality and varied media. The results of the Customer Satisfaction Index (CSI) calculation found that the value of strawberry consumer satisfaction is 76.21%, which means that consumers are satisfied with the product, price, place and promotion implemented by Lumbung Stroberi. Product, price, place and promotion variables partially or simultaneously affect strawberry customer satisfaction

Keywords: *product mix, price, place, promotion, IPA, CSI.*

KATA PENGANTAR

Bauran pemasaran merupakan salah satu strategi pemasaran yang meliputi empat variabel yaitu *product*, *price*, *place*, *promotion* yang berguna untuk memenuhi target pasar. Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan apa yang diperoleh dengan apa yang diharapkan. Penelitian ini digunakan untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen stroberi di Lumbung Stroberi Kota Batu.

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Stroberi di Lumbung Stroberi Kota Batu.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini dapat selesai berkat bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P. selaku dosen pembimbing utama serta Ketua Program Studi S-1 Agribisnis yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan serta membantu penulis sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Wahyu Dyah Prastiwi S.Pt., M.M., M.Sc. selaku dosen pembimbing anggota yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan serta membantu penulis sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Prof. Sugiharto, S.Pt., M.Sc., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro.
4. Ahmad N. Al-Baarri, S.Pt., M.P., Ph.D. selaku Plt. Ketua Departemen

Pertanian Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro.

5. Suryani Nurfadillah, S.E., M.Si. selaku dosen wali dan Koordinator Laboratorium Manajemen Agribisnis.
6. Seluruh Dosen dan Staf Administrasi Program Studi Agribisnis dan Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro yang telah membantu dalam proses belajar dan pengurusan administrasi.
7. Orang tua dan seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan semangat serta bantuan baik secara materiil maupun moril hingga penyusunan Skripsi ini dapat berjalan lancar.
8. Teman-teman dan orang terdekat yang telah memberikan motivasi dan dukungan kepada penulis sehingga penulis menjadi semangat dalam mengerjakan Skripsi.
9. Seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan Skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan Skripsi ini masih belum sempurna dan terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat diharapkan untuk menjadi perbaikan selanjutnya. Penulis sangat berharap semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Semarang, Agustus 2024

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR ILUSTRASI	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tujuan dan Manfaat	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Stroberi	7
2.2. Pemasaran	9
2.3. Bauran Pemasaran	10
2.4. Produk (<i>Product</i>)	11
2.5. Harga (<i>Price</i>)	12
2.6. Tempat (<i>Place</i>)	13
2.7. Promosi (<i>Promotion</i>)	14
2.8. Kepuasan Konsumen	15
2.9. Penelitian Terdahulu	17
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1. Kerangka Pemikiran	20
3.2. Hipotesis	22
3.3. Waktu dan Lokasi Penelitian	22
3.4. Metode Penelitian	22
3.5. Penentuan Pengambilan Sampel	23
3.6. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	24

3.7. Metode Analisis Data.....	26
3.8. Variabel dan Konsep Pengukuran	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1. Keadaan Umum Lumbung Stroberi	35
4.2. Gambaran Umum Responden	38
4.3. Perilaku Konsumsi	42
4.4. Bauran Pemasaran dan Kepuasan Konsumen Stroberi.....	43
4.5. Uji Kelayakan Instrumen Penelitian	56
4.6. Hasil Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen	59
4.7. Pengaruh 4P Terhadap Kepuasan Konsumen	64
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	76
5.1. Simpulan	76
5.2. Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN.....	85
RIWAYAT HIDUP.....	114

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Data Produksi Stroberi Provinsi Jawa Timur pada Tahun 2022	8
2. Penilaian Skala Likert	25
3. Kriteria Nilai <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)	32
4. Struktur Organisasi Lumbung Stroberi	37
5. Sebaran berdasarkan jenis kelamin	38
6. Sebaran berdasarkan jenis kelamin	39
7. Sebaran Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
8. Sebaran Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	40
9. Sebaran Pendapatan Responden.....	41
10. Frekuensi Pembelian Stroberi dalam Satu Bulan Terakhir	42
11. Jumlah Pembelian Stroberi pada Setiap Pembelian	42
12. Data Penjualan Stroberi bulan Desember 2023	45
13. Distribusi Jawaban Responden pada Variabel Produk.....	45
14. Distribusi Jawaban Responden pada Variabel Harga	47
15. Distribusi Jawaban Responden pada Variabel tempat	49
16. Distribusi Jawaban Responden pada Variabel Promosi.....	52
17. Distribusi Jawaban Responden pada Variabel Kepuasan	55
18. Uji Validitas	57
19. Uji Reliabilitas	58
20. Hasil Analisis CSI.....	63
21. Hasil Uji Multikolinearitas.....	66

22. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	68
23. Hasil Uji F.....	70

DAFTAR ILUSTRASI

Nomor	Halaman
1. Kerangka Pemikiran	21
2. Struktur Organisasi Lumbung Stroberi	38
3. Diagram Kartesius <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	59
4. Grafik P-Plot.....	65
5. Grafik Scatterplot	67

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. Kuesioner.....	85
2. Peta Lokasi Penelitian	89
3. Identitas Responden	89
4. Hasil Input Data (Kinerja).....	95
5. Hasil Input Data (Kepentingan)	100
6. Uji Kelayakan Instrumen.....	105
7. Uji Normalitas	109
8. Uji Asumsi Klasik	110
9. Uji Regresi Linier Berganda.....	111
10. Dokumentasi.....	112