

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN DAN
LOYALITAS PELANGGAN SAYURAN HIDROPONIK ADIZAYA
HIDROPONIK KOTA KEDIRI JAWA TIMUR**

SKRIPSI



Oleh :
BIMA YUANTO PRATAMA
NPM : 19024010024

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL 'VETERAN' JAWA TIMUR
SURABAYA
2023**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN DAN
LOYALITAS PELANGGAN SAYURAN HIDROPONIK ADIZAYA
HIDROPONIK KOTA KEDIRI JAWA TIMUR**

Oleh:

BIMA YUANTO PRATAMA

NPM: 19024010024

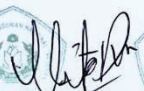
Telah diterima

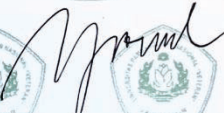
Juli 2023

Telah disetujui oleh :

Dosen Pembimbing Pendamping


Dosen Pembimbing Utama


Prasmita Dian Wijayati, SP., M.Si
NIP. 20219920812235


Ir. Sri Widayanti, MP
NIP. 196201061990032001

Mengetahui

Koordinator Program Studi
Agribisnis


Dr. Ir. Nuriah Yulianti, MP
NIP. 19620712 199103 2001

i

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN DAN
LOYALITAS PELANGGAN SAYURAN HIDROPONIK ADIZAYA
HIDROPONIK KOTA KEDIRI JAWA TIMUR**

Oleh:

BIMA YUANTO PRATAMA

NPM: 19024010024

Telah diertahankan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian


Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur


Pada Selasa 14 Juli 2023

Telah disetujui oleh:

Dosen Pembimbing Pendamping

Dosen Pembimbing Utama



Prasmita Dian Wijavati, SP., M.Si
NIP. 20219920812235



Ir. Sri Widayanti, MP
NIP. 196201061990032001

Mengetahui

Dekan Fakultas Pertanian

Koordinator Program Studi
Agribisnis


Dr. Ir. Wanti Mindari, MP
NIP. 19631208 199003 2001


Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP
NIP. 19620712 199103 2001

SURAT PERNYATAAN

Berdasarkan Undang-Undang No. 19 Tahun 2002 tentang Hak-Cipta dan Permendiknas No. 17 tahun 2010 pasal 1 ayat 1 tentang plagiarisme, maka saya penulis Skripsi dengan judul: Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Sayuran Hidroponik Adizaya Hidroponik Kota Kediri Jawa Timur menyatakan bahwa Skripsi tersebut diatas bebas dari plagiarisme.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 14 Juli 2023

Yang Membuat Pernyataan



Bima Yuanto Pratama
NPM. 19024010024

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan rahmat, karunia serta hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Sayuran Hidroponik Adizaya Hidroponik Kota Kediri Jawa Timur” ini dengan baik meskipun masih terdapat kekurangan didalamnya.

Penyusunan Skripsi dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Sayuran Hidroponik Adizaya Hidroponik Kota Kediri Jawa Timur” ini berfungsi untuk memenuhi syarat kelulusan dan diperuntukkan bagi seluruh mahasiswa program studi Agribisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Penulisan Skripsi ini tidak akan berhasil jika penulis tidak didukung oleh berbagai pihak. Penulis juga mengucapkan banyak rasa terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Wanti Mindari, MP. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Prof. Dr. Ir. H. Syarif Imam Hidayat, MM selaku Ketua Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
3. Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP. selaku Koordinator Program Studi S1 Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ir. Sri Widayanti, MP. selaku dosen pembimbing utama
5. Prasmita Dian Wijayati, SP., M.Si. selaku dosen pembimbing pendamping

6. Bapak Pdt. Mario Gunawan dan teman-teman yang selalu memberikan semangat hingga saat ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan oleh penulis.

Surabaya, 14 Juli 2023

Bima Yuanto Pratama

Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Sayuran Hidroponik Adizaya Hidroponik Kota Kediri Jawa Timur

The Effect of Marketing Mix on Customer Satisfaction and Loyalty of Hydroponic Vegetables Adizaya Hydroponics Kediri City, East Java

Bima Yuanto Pratama, Sri Widayanti, Prasmita Dian Wijayati

ABSTRAK

Secara umum pelanggan yang loyal adalah pelanggan yang puas terhadap produk yang mereka beli. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bauran pemasaran, kepuasan dan loyalitas pelanggan di Adizaya Hidroponik, serta menganalisis pengaruh bauran pemasaran 7p terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan sayuran hidroponik di Adizaya Hidroponik. Metode penentuan sampel menggunakan accidental sampling dengan jumlah responden sebanyak 62 responden. Tujuan pertama dan kedua dianalisis menggunakan analisis deskriptif, sedangkan tujuan ke-tiga dianalisis menggunakan SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, bauran pemasaran yang dilakukan Adizaya hidroponik adalah baik, meskipun terdapat beberapa variabel yang perlu dimaksimalkan kembali. Kepuasan dan loyalitas pelanggan Adizaya hidroponik adalah baik, terbukti dari rata-rata jawaban responden pada masing masing indikator berada pada kategori baik. Variabel orang dan proses berpengaruh signifikan terhadap terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Variabel produk, harga, orang, proses, promosi dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Variabel kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara variabel orang dan proses terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Bauran pemasaran, hidroponik, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

In general, loyal customers are customers who are satisfied with the products they buy. This study aims to identify the marketing mix, customer satisfaction and loyalty at Adizaya Hidroponik, and to analyze the influence of the 7p marketing mix on customer satisfaction and loyalty of hydroponic vegetables at Adizaya Hidroponik. The method of determining the sample using accidental sampling with a total of 62 respondents. The first and second objectives were analyzed using descriptive analysis, while the third objective was analyzed using SEM-PLS. The results showed that the marketing mix implemented by Adizaya hydroponics was good, even though several variables needed to be improved. Adizaya hydroponic customer satisfaction and loyalty are good, as evidenced by the average respondent's answers for each indicator in the good category. People and process variables have a significant effect on customer satisfaction and loyalty. Product, price, people, process, promotion, and customer satisfaction variables have a significant effect on customer loyalty. The customer satisfaction variable mediates the relationship between people and process variables on customer loyalty.

Keywords: Customer loyalty, customer satisfaction, hydroponics, marketing mix.

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat penelitian.....	6
II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Penelitian Terdahulu	7
2.2. Pemasaran	22
2.3. Bauran Pemasaran.....	24
2.3.1. Produk.....	25
2.3.2. Harga	26
2.3.3. Lokasi	27
2.3.4. Promosi.....	29
2.3.5. Orang	30

2.3.6. Proses.....	30
2.3.7. Sarana Fisik	31
2.4. Hidroponik	32
2.4.1. Potensi Hidroponik.....	33
2.5. Kepuasan Pelanggan	34
2.6. Loyalitas Pelanggan	35
2.7. Kerangka Pemikiran.....	36
2.8. Hipotesis.....	38
III. METODE PENELITIAN.....	39
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	39
3.2. Metode Penentuan Lokasi.....	39
3.3. Metode Penentuan Sampel.....	39
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	41
3.5. Metode Analisis Data.....	42
3.5.1. Pengujian Instrumen	43
3.5.2. Analisis Deskriptif.....	44
3.5.3. SEM-PLS.....	44
3.6. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	48
3.6.1. Definisi Operasional	48
3.6.2. Pengukuran Variabel	50
IV. HASIL & PEMBAHASAN	52
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	52
4.2 Karakteristik Pelanggan	53
4.3 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	54
4.4 Bauran Pemasaran Adizaya Hidroponik	55

4.5 Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan.....	65
4.6 Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan.....	67
4.6.1. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	67
4.6.2. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Inner Model</i>)	69
4.6.3. Analisis Hasil Pengujian <i>Direct Effects</i>	72
4.6.4. Analisis Hasil Pengujian <i>Indirect Effects</i>	81
4.7 Implikasi Manajerial	83
V. KESIMPULAN	86
5.1 Kesimpulan	86
5.2 Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN.....	93

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
1.1.	PDB Usaha Sektor Pertanian 2017-2022 (dalam milyar rupiah)	1
1.2.	Jumlah Perusahaan Hortikultura Tahun 2018-2022 (dalam unit).....	2
1.3.	Penjualan Selada dalam kg Tahun 2019-2022	4
2.1.	Kelebihan Sistem Hidroponik	33
3.1.	Panduan Menentukan Ukuran Sampel Model SEM-PLS	40
3.2.	Kategori rata-rata penilaian responden	44
3.3.	Pengukuran Variabel.....	50
4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia (orang)	53
4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan (orang).....	54
4.4.	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	55
4.5.	Hasil Uji Validitas Konvergen	67
4.6.	Nilai Fornell Larcker-Criterion	68
4.7.	Hasil Uji Reliabilitas Model.....	69
4.8.	Hasil Pengujian Inner Model	70
4.9.	Hasil boothstrapping	71
4.10.	Pengujian Hipotesis.....	72

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
2.1.	Kerangka Pemikiran.....	37
3.1.	Diagram Jalur SEM-PLS	47
4.1.	Produk Sayuran Hidroponik Adizaya Hidroponik.....	56
4.2.	Lokasi Adizaya Hidroponik	59
4.3.	Akun Instagram Adizaya Hidroponik	60
4.4.	Proses Penyemaian Benih	63
4.5.	Greenhouse Adizaya Hidroponik.....	64

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian.....	93
2.	Persamaan & Perbedaan Penelitian	98
3.	Hasil Kuesioner	105
4.	Validitas Indikator	111
5.	Cross Loading.....	112
6.	Fornel Larcker	114
7.	Nilai Validitas Pengujian Analisis Jalur.....	115
8.	Dokumentasi Penelitian.....	116