

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) TERHADAP
MINAT BELI PELANGGAN DI PETROMART GRESIK**

SKRIPSI



Oleh:

WINA YURIKA DAMANIK
19024010076

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2024**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) TERHADAP
MINAT BELI PELANGGAN DI PETROMART GRESIK**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Program Studi Agribisnis



Oleh:

WINA YURIKA DAMANIK
19024010076

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2024**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) TERHADAP
MINAT BELI PELANGGAN DI PETROMART GRESIK**

Oleh :

WINA YURIKA DAMANIK
NPM :19024010076

Telah Diterima pada :
18 Januari 2024

Telah Disetujui Oleh :

Pembimbing Pendamping



Risqi Firdaus Setiawan, SP., MP.
NIP : 21119960607278

Pembimbing Utama



Ir. Sri Widayanti, M.P
NIP : 196201061990032001

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Agribisnis



Dr. Ir. Nuriyah Yuliati, M.P.
NIP : 19620712 199103 2001

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) TERHADAP
MINAT BELI PELANGGAN DI PETROMART GRESIK**

Oleh :

WINA YURIKA DAMANIK

NPM : 19024010076


Telah Diterima pada :

Bulan Januari 2024

Telah Disetujui Oleh :

Pembimbing Pendamping

Pembimbing Utama


Risqi Firdaus Setiawan, SP., MP.

NIP : 21119960607278


Ir. Sri Widayanti, M.P.

NIP : 196201061990032001

Mengetahui,


Dekan Fakultas Pertanian

Koordinator Program Studi

Agribisnis


Dr. Ir. Wanti Mindari, MP.

NIP : 19631208 199003 2001


Dr. Ir. Nuriah Yulianti, M.P.

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 sebagai penulis skripsi dengan judul : “PENGARUH BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) TERHADAP MINAT BELI PELANGGAN DI PETROMART GRESIK” menyatakan bahwa Skripsi tersebut diatas bebas dari plagiarisme.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 18 Januari 2024

Yang Membuat Pernyataan



Wina Yurika Damanik
NPM : 19024010076

KATA PENGANTAR

Puji syukur selalu terpanjatkan atas kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Pelanggan di Petromart Gresik” dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pertanian pada program studi Agribisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Ibu Ir. Sri Widayanti, MP sebagai dosen pembimbing utama dan Bapak Risqi Firdaus Setiawan, SP, MP sebagai dosen pembimbing pendamping yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan masukan selama penulisan skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Ir. Wanti Mindari, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Prof. Dr. Ir. Syarif Imam Hidayat, MM selaku Ketua Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
3. Nuriah Yuliati, MP selaku Koordinator Program Studi Agribisnis Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Seluruh keluarga, terutama kedua orang tua, kakak, dan adik yang selalu memberikan dukungan moral maupun materil, motivasi dan doa hingga saat ini.

5. Teman-teman yang telah memberikan dukungan dan mendoakan kelancaran penulisan skripsi.
6. Seluruh pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun serta pemikiran konstruktif sangat diharapkan sebagai pelajaran kedepannya.

Surabaya, 18 Januari 2024

Penulis

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) TERHADAP
MINAT BELI PELANGGAN DI PETROMART GRESIK**

***MARKETING STRATEGY EFFECT TOWARDS COSTUMER'S INTEREST
IN BUYING AT PETROMART GRESIK***

Wina Yurika Damanik, Sri Widayanti, dan Risqi Firdaus Setiawan

ABSTRAK

Petromart Gresik merupakan toko retail modern yang diresmikan oleh PT Petrokimia Gresik sebagai toko yang menyediakan produk non-subsidi dan produk pengembangan yang diproduksi oleh PT Petrokimia Group. Beberapa tahun belakangan, Petromart Gresik mengalami penurunan omset penjualan yang tentunya sejalan dengan turunnya minat beli pelanggan. Bauran pemasaran 7P merupakan salah satu alat yang penting untuk pengelolaan strategi pemasaran yang efektif bagi perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh bauran pemasaran 7P (produk, harga, tempat, promosi, orang, promosi, dan bukti fisik) terhadap minat beli pelanggan di Petromart Gresik. Sampel yang digunakan sejumlah 50 pelanggan, ditentukan secara *purposive* dan dianalisis menggunakan metode SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari ketujuh variabel bauran pemasaran, variabel yang berpengaruh terhadap minat beli pelanggan di Petromart Gresik adalah variabel produk, harga, tempat, proses, dan bukti fisik. Sementara itu, variabel promosi dan orang (pegawai) tidak berpengaruh minat beli pelanggan di Petromart Gresik.

Kata kunci: bauran pemasaran, minat beli, toko pertanian

ABSTRACT

Petromart Gresik is a modern retail store that inaugurated by PT Petrokimia Gresik as a store that provides non-subsidized products and development products produced by PT Petrokimia Group. In recent years, Petromart Gresik has experienced decrease sales in turnover which is certainly in line with the decreased in customer buying interest. The 7P marketing mix is one of the important tools for managing effective marketing strategies for companies. The purpose of this study is to analyze the effect of the 7P marketing mix (product, price, place, promotion, people, promotion, and physical evidence) on customer buying interest in Petromart Gresik. The sample used was 50 customers, determined purposively and analyzed using the SEM-PLS method. The results showed that from the seven marketing mix variables, the variables that influence customer buying interest in Petromart Gresik are product, price, place, process, and physical evidence variables. Meanwhile, the variables of promotion and people (employees) have no effect on customer buying interest in Petromart Gresik.

Keywords: marketing mix, purchase intention, farm store

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Landasan Teori	12
2.2.1. Bauran Pemasaran	12
2.2.2. Ritel.....	19
2.2.3. Pemasaran	23
2.2.4. Minat Beli	27
2.2.5. Structural Equation Modelling – Partial Least Square (SEM-PLS)	30
2.3. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	33

2.3.1.	Kerangka Pemikiran	33
2.3.2.	Hipotesis	34
III.	METODE PENELITIAN.....	36
3.1.	Tempat dan Waktu Penelitian	36
3.2.	Metode Penentuan Lokasi	36
3.3.	Metode Penentuan Sampel dan Jumlah Sampel.....	36
3.4.	Metode Pengumpulan Data	38
3.5.	Metode Analisis Data	39
3.6.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	47
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1.	Gambaran Umum Petromart Gresik.....	52
4.2.	Deskripsi Karakteristik Pelanggan	54
4.2.1.	Pelanggan Berdasarkan Usia	54
4.2.2.	Pelanggan Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.2.3.	Pelanggan Berdasarkan Pendidikan Terakhir	56
4.2.4.	Pelanggan Berdasarkan Jenis Pekerjaan Selain Petani ...	56
4.2.5.	Pelanggan Berdasarkan Penghasilan	58
4.3.	Identifikasi Penilaian Pelanggan Terhadap Variabel Penelitian .	58
4.3.1.	Variabel Produk	59
4.3.2.	Variabel Harga.....	61
4.3.3.	Variabel Tempat	63
4.3.4.	Variabel Promosi	64
4.3.5.	Variabel Orang.....	66
4.3.6.	Variabel Proses	67
4.3.7.	Variabel Bukti Fisik.....	69

4.3.8. Variabel Minat Beli	70
4.4. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Pelanggan ...	72
4.4.1. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	73
4.4.2. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	78
4.4.3. Pengaruh Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) terhadap Minat Beli Pelanggan di Petromart Gresik	82
V. SIMPULAN DAN SARAN	102
5.1. Simpulan.....	102
5.2. Saran	102
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN.....	123

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
2. 1	Penelitian Terdahulu	8
3. 1	Rentang Skala Likert	42
3. 2	Skala Likert	50
3. 3	Indikator Variabel Penelitian	51
4. 1	Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Usia.....	54
4. 2	Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4. 3	Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Pendidikan Terakhir	56
4. 4	Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Jenis Pekerjaan Selain Petani	57
4. 5	Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	58
4. 6	Kategori Produk di Petromart Gresik.....	59
4. 7	Penilaian Pelanggan Terhadap Variabel Produk.....	60
4. 8	Penilaian Pelanggan Terhadap Variabel Harga.....	62
4. 9	Penilaian Pelanggan Terhadap Variabel Tempat	63
4. 10	Penilaian Pelanggan Terhadap Variabel Promosi	65
4. 11	Penilaian Pelanggan Terhadap Variabel Orang	66
4. 12	Penilaian Pelanggan Terhadap Variabel Proses	68
4. 13	Penilaian Pelanggan Terhadap Variabel Bukti Fisik	69
4. 14	Penilaian Pelanggan Terhadap Variabel Minat Beli	71
4. 15	Hasil Pengujian Validitas Konvergen	74
4. 16	Hasil Pengujian AVE	75
4. 17	Hasil Pengujian Validitas Diskriminan.....	76
4. 18	Nilai Kuadrat AVE.....	77

4. 19 Hasil Uji Reliabilitas	78
4. 20 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi	79
4. 21 Nilai Q^2	79
4. 22 Nilai Fit Model.....	80
4. 23 Hasil Uji <i>Path Coefficient</i> & <i>P Value</i> Variabel Bauran Pemasaran dan Minat Beli.....	81

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
1.1	Omzet Penjualan Petromart Gresik 2016-2022.....	4
2.1	Kerangka Pemikiran	34
3. 1	Konstruksi Diagram Jalur	44
4. 1	Proses Bisnis Petromart	53
4. 2	Diagram <i>Path</i>	81

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian	109
2	Data Hasil Kuesioner	116
3	Nilai <i>Composite Reliability</i> , <i>Cronbach Alpha</i> , dan AVE	121
4	Nilai Akar Kuadrat AVE.....	121
5	Analisis Inner Model (R^2) dan Q^2).....	121
6	Hasil Uji Kecocokan Model (<i>Model Fit</i>)	121
7	<i>Path Coefficient</i> dan <i>P-Values</i>	121
8	Daftar Produk di Petromart Gresik	123