

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN PERSEPSI KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SAYURAN HIDROPONIK
(Studi Kasus Pada Kebun Hidroponik Griya Botani)**

SKRIPSI



Oleh :
AMILIA EKA PUTRI
NPM : 20024010024

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

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN PERSEPSI KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SAYURAN HIDROPONIK
(Studi Kasus Pada Kebun Hidroponik Griya Botani)**

Oleh :

AMILIA EKA PUTRI

NPM : 20024010024

Telah diterima pada

September 2024

Telah disetujui oleh :

Dosen Pembimbing Pendamping

Dosen Pembimbing Utama

Dr. Dona Wahyuning Laily, SP., MP
NIP. 20219830810234

Prof. Dr. Ir. Sri Tjondro Winarno, MM
NIP. 195902111989031001

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Agribisnis

Dr. Ir. Nuriah Yulianti, MP
NIP. 196207121991032001

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN PERSEPSI KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SAYURAN HIDROPONIK
(Studi Kasus Pada Kebun Hidroponik Griya Botani)**

Oleh :


AMILIA EKA PUTRI
NPM : 20024010024


Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi
Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa
Timur Pada September 2024

Telah disetujui oleh :

Dosen Pembimbing Pendamping

Dosen Pembimbing Utama


Dr. Dona Wahyuning Laily, SP., MP
NIP. 20219830810234


Prof. Dr. Ir. Sri Tjondro Winarno, MM
NIP. 195902111989031001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian

Koordinator Program Studi Agribisnis


Dr. Ir. Wanti Mindari, MP
NIP. 196312081990032001


Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP
NIP. 196207121991032001

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 DAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SAYURAN HIDROPONIK (Studi Kasus Pada Kebun Hidroponik Griya Botani)” menyatakan bahwa Skripsi tersebut diatas bebas dari plagiarism.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, September 2024

Yang Membuat Pernyataan,



AMILIA EKA PUTRI
NPM. 20024010024

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi dengan baik dan lancar tanpa ada satu kendala apapun. Penyusunan skripsi yang berjudul “PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SAYURAN HIDROPONIK (Studi Kasus Pada Kebun Hidroponik Griya Botani)” ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan kuliah dan mendapat gelar sarjana pada Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penyusunan Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dorongan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih terutama kepada Prof. Dr. Ir. Sri Tjondro Winarno, MM selaku Dosen Pembimbing Utama dan Dr. Dona Wahyuning Laily, SP., MP selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah banyak memberikan pengarahan, serta masukan untuk membimbing penulis. Penulis juga mengucapkan terima kasih terhadap beberapa pihak lain, diantaranya:

1. Dr. Ir. Nuriah Yulianti, MP. Selaku Koordinator Program Studi Agribisnis 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. Wanti Mindari, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Segenap dosen pengajar Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur atas ilmu yang telah diberikan selama penulis menjalani perkuliahan di Program Studi Agribisnis.

5. Pemilik Kebun Hidroponik Griya Botani yang telah bersedia menerima penulis untuk melaksanakan kegiatan penelitian untuk skripsi.
6. Kedua orang tua saya, Ibu Asri dan Bapak Salidi yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan penuh serta kasih sayang yang tak terhingga.
7. Teman dan sahabat saya yang telah memberikan semangat serta motivasi untuk lulus kuliah tepat waktu bersama-sama.
8. Idol saya Weeekly, NewJeans, BABYMONSTER dan tripleS yang telah memberikan motivasi, semangat melalui karya musik dan kontennya.
9. Semua pihak yang telah mendukung dalam penulisan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penyusunan Skripsi ini masih jauh dari sempurna, penulis berharap dapat bermanfaat bagi yang memerlukan.

Surabaya, September 2024

Penulis

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN PERSEPSI KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SAYURAN HIDROPONIK
(Studi Kasus Pada Kebun Hidroponik Griya Botani)**

*THE EFFECT OF MARKETING MIX AND CONSUMER PERCEPTION ON THE
DECISION TO PURCHASE HYDROPONIC VEGETABLES
(A Case Study At Kebun Hidroponik Griya Botani)*

Amilia Eka Putri, Sri Tjondro Winarno, Dona Wahyuning Laily

ABSTRAK

Persaingan yang semakin ketat mendorong pengusaha untuk terus berupaya memasarkan produk mereka agar dapat memenangkan pasar. Dalam memenangkan persaingan pasar yang semakin ketat maka sebuah perusahaan perlu untuk menjaga loyalitas pelanggan melalui bauran pemasaran dan persepsi konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian sayuran hidroponik di Kebun Hidroponik Griya Botani. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *accidental sampling*. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 50 responden. Analisis yang digunakan adalah SEM PLS dengan program WarpPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bauran pemasaran (produk, harga, lokasi, promosi, orang, sarana fisik, proses) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran hidroponik, sedangkan variabel persepsi konsumen (kesadaran kesehatan dan keamanan pangan) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran hidroponik.

Kata kunci: Bauran pemasaran, persepsi konsumen, keputusan pembelian

ABSTRACT

Increasingly fierce competition encourages entrepreneurs to continue to market their products in order to win the market. In winning the increasingly fierce market competition, a company needs to maintain customer loyalty through the marketing mix and consumer perceptions. This study aims to analyze the effect of marketing mix and consumer perceptions on purchasing decisions for hydroponic vegetables at Kebun Hidroponik Griya Botani. The sampling technique in this study used accidental sampling. The number of samples used was 50 respondents. The analysis used is SEM PLS with the WarpPLS program. The results showed that marketing mix variables (product, price, place, promotion, people, physical evidence, process) had a significant effect on purchasing decisions for hydroponic vegetables, while consumer perception variables (health awareness and food safety) had no significant effect on purchasing decisions for hydroponic vegetables.

Keywords: Marketing mix, consumer perception, purchasing decision

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	11
II. TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Penelitian Terdahulu.....	12
2.2. Landasan Teori.....	28
2.2.1. Pemasaran	28
2.2.2. Bauran Pemasaran	29
2.2.3. Persepsi Konsumen.....	39
2.2.4. Kesadaran Kesehatan.....	41
2.2.5. Keamanan Pangan	42
2.2.6. Keputusan Pembelian	44

2.2.7. Proses Keputusan Pembelian	44
2.2.8. Sayuran	47
2.2.9. Hidroponik	48
2.3. Kerangka Pemikiran	49
2.4. Hipotesis	51
III. METODE PENELITIAN	52
3.1. Waktu dan Tempat Penelitian	52
3.2. Metode Penentuan Lokasi.....	52
3.3. Metode Penentuan Sampel dan Jumlah Sampel	54
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	54
3.4.1. Data Primer	54
3.4.2. Data Sekunder	55
3.5. Metode Analisis Data	55
3.5.1. Statistik Deskriptif.....	56
3.5.2. SEM-PLS	56
3.6. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	63
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	66
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	66
4.2. Deskripsi Karakteristik Konsumen	68
4.3. Deskripsi Penilaian Responden.....	74
4.4. Pengaruh Bauran Pemasaran dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	83
4.4.1. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	83
4.4.2. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Inner Model</i>).....	87

4.5. Pembahasan Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik	91
4.6. Pembahasan Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik	102
4.7. Rekomendasi Strategi Peningkatan Pemasaran Pada Kebun Hidroponik Griya Botani.....	109
V. SIMPULAN DAN SARAN.....	117
5.1. Kesimpulan	117
5.2. Saran.....	117
DAFTAR PUSTAKA	119
LAMPIRAN	127

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.1.	Daftar Harga Sayuran Hidroponik.....	6
1.2.	Penjualan Sayuran Hidroponik dalam Kg Tahun 2018-2022.....	7
3.1.	Pengukuran Skala Likert.....	63
3.2.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	64
4.1.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
4.2.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia.....	69
4.3.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	69
4.4.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Status Pekerjaan.....	70
4.5.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendapatan.....	71
4.6.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Intensitas Pembelian.....	72
4.7.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Alasan Pembelian.....	73
4.8.	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Sayuran Yang Dibeli....	74
4.9.	Kriteria Skor Rataan Akhir Skala Likert.....	75
4.10.	Penilaian Responden Terhadap Indikator Produk.....	75
4.11.	Penilaian Responden Terhadap Indikator Harga.....	76
4.12.	Penilaian Responden Terhadap Indikator Lokasi.....	77
4.13.	Penilaian Responden Terhadap Indikator Promosi.....	78
4.14.	Penilaian Responden Terhadap Indikator Orang.....	78
4.15.	Penilaian Responden Terhadap Indikator Sarana Fisik.....	79
4.16.	Penilaian Responden Terhadap Indikator Proses.....	80
4.17.	Penilaian Responden Terhadap Indikator Kesadaran Kesehatan.....	81
4.18.	Penilaian Responden Terhadap Indikator Keamanan Pangan.....	81

4.19.	Penilaian Responden Terhadap Indikator Keputusan Pembelian.....	82
4.20.	Nilai <i>Loading Factor</i>	84
4.20.	Nilai Validitas Diskriminan AVE.....	86
4.22.	Nilai <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbacs Alpha</i>	87
4.23.	Nilai <i>R Square</i>	87
4.24.	Nilai <i>Q-Squared</i>	88
4.25.	Uji Hipotesis.....	89
4.26.	Hasil <i>Indicator Weight</i> Konstruk Formatif Bauran Pemasaran.....	92
4.27.	Hasil <i>Indicator Weight</i> Konstruk Formatif Persepsi Konsumen.....	104

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
2.1.	Kerangka Pemikiran.....	50
3.1.	Diagram Jalur Penelitian.....	58
4.1.	Lokasi Kebun Hidroponik Griya Botani.....	67
4.2.	Hasil Output Model WarpPLS.....	89
4.3.	Kemasan Sayuran Hidroponik.....	110
4.4.	Promosi Media Sosial.....	113

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian.....	127
2.	Karakteristik Responden.....	134
3.	Hasil Kuesioner Penelitian.....	136
4.	Hasil Uji Analisis Data SEM-PLS.....	140
5.	Dokumentasi Penelitian.....	143