

**PENGARUH *MARKETING MIX* 4P TERHADAP MINAT BELI  
KONSUMEN DI LAPAK KUE SEJAHTERA FAUSTINE PADA SENTRA  
BISNIS DRIYOREJO KABUPATEN GRESIK**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**DWI PUTRI LANGGRAENI**

**22042010088**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK  
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
SURABAYA  
2026**

**PENGARUH *MARKETING MIX* 4P TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN  
DI LAPAK KUE SEJAHTERA FAUSTINE PADA SENTRA BISNIS  
DRIYOREJO KABUPATEN GRESIK**

**SKRIPSI**



Oleh :

**DWI PUTRI ANGGRAENI**  
**NPM. 22042010088**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK  
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

**SURABAYA**

**2026**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PENGARUH *MARKETING MIX* 4P TERHADAP MINAT BELI  
KONSUMEN DI LAPAK KUE SEJAHTERA FAUSTINE PADA SENTRA  
BISNIS DRIYOREJO KABUPATEN GRESIK**

**SKRIPSI**

**Disusun Oleh:**

**DWI PUTRI LANGGRAENI**  
NPM. 22042010088

**Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi  
Menyetujui,  
Pembimbing Utama**



**Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si.**  
NIP. 19864172020122007

**Mengetahui,**

**Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik  
Univeristas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**



**Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si.**  
NIP. 196804182021211006

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH *MARKETING MIX* 4P BELI KONSUMEN DI LAPAK KUE  
SEJAHTERA FAUSTINE PADA SENTRA BISNIS DRIYOREJO DI  
KECAMATAN DRIYOREJO KABUPATEN GRESIK**

Disusun Oleh:

**DWI PUTRI LANGGRAENI**  
NPM. 22042010088

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal 22 Mei 2026


Menyetujui,

Pembimbing Utama

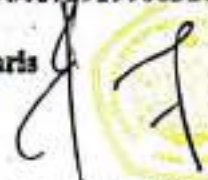
  
**Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si.**  
NIP. 198604172020122007

Tim Penguji

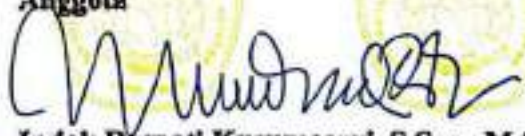
1. Ketua

  
**Dra. Etti Ning Farida, M.Si.**  
NIP. 196407291990032001


2. Sekretaris

  
**Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si.**  
NIP. 196805011994032001

3. Anggota

  
**Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si.**  
NIP. 198604172020122007

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

  
**Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si.**  
NIP. 196804182021211006

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dwi Putri Anggraeni  
NPM : 22042010088  
Program : Sarjana (S1)  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah ~~Tugas Akhir/ Skripsi/ Tesis/ Disertasi~~ ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu Lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiasi pada ~~Skripsi/ Tesis/ Disertasi~~ ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 22 Mei 2026  
Yang membuat pernyataan


Dwi Putri Anggraeni  
NPM. 22042010088

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Marketing Mix* 4P Terhadap Minat Beli Konsumen di Lapak Kue Sejahtera Faustine pada Sentra Bisnis Driyorejo Kabupaten Gresik”** Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Ibu Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si sebagai dosen pembimbing utama yang telah memberikan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, wejangan serta semangat kepada peneliti. Selain itu, peneliti juga mendapatkan sebuah bantuan dari berbagai orang, baik berwujud materil, moril, dan spiritual. Dengan itu peneliti banyak mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.A., M.M. selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Orang Tua Tercinta Ayah (Alm.) Prayoto dan Ibu Rofiah, terima kasih atas doa, kasih sayang, dan pengorbanan yang menjadi sumber semangat bagi peneliti.
5. Teman-teman Administrasi Bisnis Angkatan 2022, terima kasih atas kebersamaan sejak awal hingga akhir. Terima kasih atas setiap cerita, tawa, tangis, serta semangat yang kita bagi bersama. Kehadiran kalian menjadi penguat dalam setiap langkah, terutama di saat sulit, sehingga setiap perjuangan terasa lebih ringan dan penuh makna serta menjadi kenangan indah yang tidak akan terlupakan.
6. Lapak Kue Sejahtera Faustine pada Sentra Bisnis Driyorejo, Kecamatan Driyorejo, Kabupaten Gresik, selaku tempat penelitian terima kasih atas izin,

kerja sama, serta dukungan yang telah diberikan selama proses pelaksanaan penelitian ini.

Peneliti sadar bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak sekali kekurangan. Pentingnya saran dan kritik dari berbagai pihak yang peneliti harapkan agar penelitian skripsi ini bisa menjadikannya sempurna. Akhirnya, dengan segala kerendahan hati peneliti serta keterbatasan yang peneliti miliki, harapannya semoga skripsi ini bisa memberikan dampak positif bagi para pembaca dan pihak-pihak lainnya yang memiliki kepentingan.

Surabaya, Mei 2025

Peneliti

## DAFTAR ISI

<b>COVER .....</b>	<b>I</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>II</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>III</b>
<b>SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI .....</b>	<b>IV</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>V</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>VII</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>XI</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>XII</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>XIV</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>XV</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	17
1.3 Tujuan Penelitian.....	18
1.4 Manfaat Penelitian .....	19
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>21</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
2.2 Landasan Teori .....	30
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	30
2.2.2 Pemasaran .....	32
2.2.3 Strategi Pemasaran .....	33
2.2.4 Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	35
2.2.5 Produk .....	36

2.2.6 Harga .....	38
2.2.7 Lokasi.....	41
2.2.8 Promosi .....	45
2.2.9 Minat Beli.....	48
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	51
2.3.1 Hubungan antara Produk dan Minat Beli.....	52
2.3.2 Hubungan antara Harga dan Minat Beli.....	52
2.3.3 Hubungan antara Lokasi dan Minat Beli .....	53
2.3.4 Hubungan antara Promosi terhadap Minat Beli .....	54
2.3.5 Hubungan antara Produk, Harga, Lokasi, dan Promosi terhadap Minat beli .....	55
2.4 Kerangka Berfikir.....	55
2.5 Hipotesis.....	57
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>59</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	59
3.2 Lokasi Penelitian.....	60
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian .....	60
3.3.1 Definisi Operasional.....	60
3.3.2 Tabel Ringkasan Definisi Operasional .....	65
3.3.3 Pengukuran Variabel .....	70
3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel .....	71
3.4.1 Populasi .....	71
3.4.2 Sampel.....	72

3.4.3 Teknik Penarikan Sampel.....	74
3.5 Jenis, Sumber data dan Teknik Pengumpulan Data .....	75
3.5.1 Jenis dan Sumber data.....	75
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data .....	75
3.6 Teknik Analisis Data .....	77
3.6.1 Uji Instrumen Penelitian .....	77
3.6.2 Uji Asumsi Klasik .....	81
3.6.3 Analisis Linier Berganda.....	82
3.6.4 Uji Hipotesis.....	84
3.7 Waktu Penelitian .....	89
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>90</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	90
4.1.1 Profil dan Sejarah UMKM Lapak Kue Sejahtera Faustine.....	90
4.2 Penyajian Data .....	92
4.2.1 Karakteristik Responden .....	92
4.2.2 Variabel-Variabel Penelitian.....	100
4.3 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis .....	114
4.3.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	114
4.3.2 Uji Asumsi Klasik .....	118
4.3.3 Analisis Linier Berganda.....	122
4.3.4 Uji Hipotesis.....	125
4.3.5 Uji Koefisien Determinasi $R^2$ .....	130
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian .....	131

4.5 Matriks Hasil Penelitian.....	139
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>144</b>
5.1 Kesimpulan .....	144
5.2 Saran.....	146
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>147</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>154</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik Tren Pertumbuhan Ekonomi Indonesia 2023-2025 .....	3
Gambar 2. Lapak Kue Sejahtera Faustine.....	13
Gambar 3. Kerangka Berfikir.....	56
Gambar 4. Kurva Uji Simultan (Uji F) .....	86
Gambar 5. Kurva Uji Parsial (Uji T).....	88
Gambar 6. Lokasi denah Lapak Kue Sejahtera Faustine .....	90
Gambar 7. Produk Lapak Kue Sejahtera Faustine .....	91
Gambar 8. Hasil Uji Normalitas.....	119
Gambar 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	122
Gambar 10. Kurva Uji Simultan (Uji F) .....	126
Gambar 11. Kurva Uji Parsial (Uji T) Variabel Produk.....	128
Gambar 12. Kurva Uji Parsial (Uji T) Variabel Harga.....	129
Gambar 13. Kurva Uji Parsial (Uji T) Variabel Lokasi.....	129
Gambar 14. Kurva Uji Parsial (Uji T) Variabel Promosi .....	130

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Sepuluh Provinsi dengan Jumlah Perusahaan Industri Skala Mikro dan Kecil Tertinggi Tahun 2024 .....	4
Tabel 2. Tabel Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	27
Tabel 3. Ringkasan Definisi Operasional.....	65
Tabel 4. Poin Skala Likert.....	71
Tabel 5. Waktu Penelitian.....	89
Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	94
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	95
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	96
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	98
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pelanggan .....	99
Tabel 11. Frekuensi Hasil Kuesioner Variabel Produk (X1) .....	100
Tabel 12. Frekuensi Hasil Kuesioner Variabel Harga (X2).....	103
Tabel 13. Frekuensi Hasil Kuesioner Variabel Lokasi (X3).....	106
Tabel 14. Frekuensi Hasil Kuesioner Variabel Promosi (X4) .....	108
Tabel 15. Frekuensi Hasil Kuesioner Variabel Minat Beli (Y) .....	111
Tabel 16. Uji Validitas Produk .....	115
Tabel 17. Uji Validitas Harga .....	115
Tabel 18. Uji Validitas Lokasi.....	116
Tabel 19. Uji Validitas Promosi.....	116
Tabel 20. Uji Validitas Minat Beli.....	117
Tabel 21. Uji Reliabilitas.....	118

Tabel 22. Hasil Uji Normalitas.....	119
Tabel 23. Hasil Uji Multikolinearitas.....	120
Tabel 24. Analisis Regresi Linier Berganda.....	123
Tabel 25. Uji F (Simultan) .....	125
Tabel 26. Uji T (Parsial).....	127
Tabel 27. Uji Koefisien Determinasi $R^2$ .....	131
Tabel 28. Matriks Hasil Penelitian .....	139

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	154
Lampiran 2. Tabulasi Data Responden .....	159
Lampiran 3. Tabulasi Data Jawaban Kuesioner .....	165
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas Produk (X1).....	181
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas Harga (X2) .....	181
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas Lokasi (X3) .....	182
Lampiran 7. Hasil Uji Validitas Promosi (X4).....	182
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas Minat Beli (Y).....	183
Lampiran 9. Hasil Uji Reliabilitas Produk (X1) .....	183
Lampiran 10. Hasil Uji Reliabilitas Harga (X2) .....	183
Lampiran 11. Hasil Uji Reliabilitas Lokasi (X3).....	184
Lampiran 12. Hasil Uji Reliabilitas Promosi (X4).....	184
Lampiran 13. Hasil Uji Reliabilitas Minat Beli (Y).....	184
Lampiran 14. Hasil Uji Normalitas .....	185
Lampiran 15. Hasil Uji Multikolinearitas .....	186
Lampiran 16. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	186
Lampiran 17. Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	187
Lampiran 18. Hasil Uji F (Simultan) .....	187
Lampiran 19. Hasil Uji T (Parsial).....	187
Lampiran 20. Hasil Koefisien Determinasi R <sup>2</sup> .....	188
Lampiran 21. Kegiatan Penelitian.....	188
Lampiran 22. LoA Jurnal .....	194
Lampiran 23. Hasil Cek Plagiarism .....	195

## ABSTRAK

### **DWI PUTRI ANGGRAENI, 22042010088. PENGARUH *MARKETING MIX* 4P (PRODUK, HARGA, LOKASI, DAN PROMOSI) TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA LAPAK KUE SEJAHTERA FAUSTINE DI SENTRA BISNIS DRIYOREJO KABUPATEN GRESIK.**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran (marketing mix) 4P yang terdiri dari produk, harga, lokasi, dan promosi terhadap minat beli konsumen pada Lapak Kue Sejahtera Faustine yang berlokasi di Sentra Bisnis Driyorejo, Kabupaten Gresik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 125 responden. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini yaitu berdomisili di Kecamatan Driyorejo, berusia 15–49 tahun, pernah membeli, mengetahui, serta memiliki minat terhadap produk Lapak Kue Sejahtera Faustine. Analisis data dilakukan menggunakan aplikasi SPSS melalui uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, serta pengujian hipotesis yang meliputi uji t, uji F, dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel produk, harga, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen, sedangkan variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Namun, secara simultan seluruh variabel dalam marketing mix 4P berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal tersebut menunjukkan bahwa penerapan strategi bauran pemasaran secara keseluruhan memiliki peran penting dalam meningkatkan minat beli konsumen pada Lapak Kue Sejahtera Faustine.

**Kata Kunci:** Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Minat Beli, Marketing Mix 4P

## **ABSTRACT**

**DWI PUTRI ANGGRAENI, 22042010088. THE EFFECT OF THE 4P MARKETING MIX (PRODUCT, PRICE, PLACE, AND PROMOTION) ON CONSUMER PURCHASE INTENTION AT LAPAK KUE SEJAHTERA FAUSTINE IN THE DRIYOREJO BUSINESS CENTER, GRESIK REGENCY.**

*This study aims to analyze the effect of the 4P marketing mix, consisting of product, price, place, and promotion, on consumer buying interest at Lapak Kue Sejahtera Faustine located in Sentra Bisnis Driyorejo, Gresik Regency. This research used a quantitative approach with data collection conducted through questionnaires distributed to respondents. The sampling technique applied was purposive sampling with a total of 125 respondents. The criteria for respondents included individuals who reside in Driyorejo District, are aged between 15–49 years, have purchased, are familiar with, and have an interest in the products of Lapak Kue Sejahtera Faustine. Data analysis was carried out using SPSS through instrument testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing including the t-test, F-test, and coefficient of determination.*

*The results showed that partially, product, price, and promotion variables had a significant effect on consumer buying interest, while the place variable did not have a significant effect on buying interest. Simultaneously all variables in the 4P marketing mix had a significant effect on consumer buying interest. These findings indicate that the implementation of the marketing mix strategy as a whole plays an important role in increasing consumer buying interest at Lapak Kue Sejahtera Faustine.*

**Keywords:** *Product, Price, Place, Promotion, Purchase Intention, Marketing Mix 4P*