

**NALISIS FAKTOR BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA KONSUMEN *BROWNIES* UBI JALAR**

SKRIPSI



Oleh:

HANDOKO PUTRA

NPM: 20230008

**PROGRAM STUDI TEKNOLOGI INDUSTRI PERTANIAN
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
SURABAYA
2024**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Faktor Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan
Pembelian Pada Konsumen *Brownies* Ubi Jalar
Nama Mahasiswa : Handoko Putra
NPM : 20230008
Program Studi : Teknologi Industri Pertanian
Fakultas : Teknik


Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

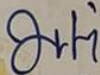
Surabaya, Juli 2024

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

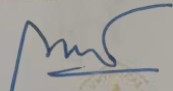

Dr. Ir. Endang Retno Wedowati, MT
NIK: 98679-ET



Diana Puspitasari, S.TP, M.T
NIK: 98677-ET

Mengetahui,

Dekan
Fakultas Teknik

Ketua Program Studi
Teknologi Industri Pertanian


Johan Paing Heru Waskito, ST, MT
NIP: 196903102005011002


Ir. Tri Rahayuningsih M.A
NIK: 91132-ET

LEMBAR REVISI

Judul Skripsi : Analisis Faktor Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan
Pembelian Pada Konsumen *Brownies* Ubi Jalar
Nama Mahasiswa : Handoko Putra
NPM : 20230008
Program Studi : Teknologi Industri Pertanian
Fakultas : Teknik

Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

TELAH DIREVISI

Surabaya, Juli 2024

Menyetujui,

Dosen Penguji I



Ir. Tri Rahayuningsih, MA
NIK: 91132-ET

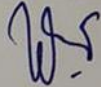
Dosen Penguji II



Dr. Ir. Fungsi Sri Rejeki, MP
NIK: 8977-ET

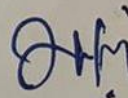
Mengetahui,

Dosen Pembimbing I



Dr. Ir. Endang Retno Wedowati, MT
NIK: 98679-ET

Dosen Pembimbing II



Diana Puspitasari, S.TP, M.T
NIK: 98677-ET

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "ANALISIS FAKTOR BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN *BROWNIES* UBI JALAR" ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan hasil plagiat. Saya juga menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau bagian yang diambil dari karya orang lain, kecuali telah disebutkan sumbernya dengan benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya ketidakbenaran dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademis sesuai dengan peraturan yang berlaku di universitas. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Surabaya, Juli 2024

(Handoko Putra)
20230008

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, nikmat serta hidayat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Skripsi yang berjudul "ANALISIS FAKTOR BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN *BROWNIES* UBI JALAR". Penyusunan laporan skripsi menjadi salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata-1 pada Program Studi Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknik, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, Surabaya.

Dengan terselesaikannya penyusunan laporan skripsi ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih dan rasa hormat kepada semua pihak atas dukungan, bimbingan serta jasa yang diberikan. Penulis menyampaikan ucapan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Johan Paing Heru Waskito, ST, MT, selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Ibu Ir. Tri Rahayuningsih M.A., selaku Ketua Program Studi Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknik, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Ir. Endang Retno Wedowati, MT., selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing, Memberikan ide, dan saran sehingga penyusunan proposal skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Ibu Diana Puspitasari, S.TP, MT., selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan, memberikan ide dan saran sehingga penyusunan laporan skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Ibu, Ayah, dan seluruh anggota keluarga yang tidak pernah lelah memberikan dukungan, kasih sayang, materi dan doa demi kelancaran penyusunan laporan skripsi ini.
6. Teman-teman seangkatan : Dimas, Muammal, Bayu, Karisma, Faishal, Dyah, Fitriah, Jayanti, Aini, dan Burhan yang selalu memberikan semangat dan terima kasih atas banyak hal serta kebersamaan kalian.
7. Hesti Wahyu Aprillia yang selalu memberikan semangat, dukungan, kasih sayang dan doa demi kelancaran penyusunan laporan skripsi ini.

Penulis berharap laporan skripsi ini bisa bermanfaat bagi pribadi dan juga bagi program studi. Penulis menyadari bahwa laporan skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka penulis berharap kritik saran yang membangun demi kesempurnaan laporan skripsi ini. Akhir kata penulis menyampaikan permohonan maaf yang sedalam-dalamnya apabila terdapat kesalahan baik dalam kata-kata maupun penyusunan laporan skripsi ini.

Surabaya, Juli 2024

Handoko Putra. 20230008. **ANALISIS FAKTOR BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN *BROWNIES* UBI JALAR.** Dibimbing oleh : Dr. Ir. Endang Retno Wedowati, MT dan Diana Puspitasari, S.TP, M.T.

RINGKASAN

Brownies ubi jalar makanan berupa kue *brownies* yang berbahan baku utama ubi jalar kuning. Camilan ini dibuat dengan rasa coklat dan varian rasa lain yang akan berkembang ketika bisnis mulai dijalankan. Produk ini juga dilengkapi dengan *topping*/pelengkap seperti keju, meses dan almond. Produk ini memiliki rasa dan bentuk yang unik dengan kemasan yang didesain menarik dan mudah untuk dikonsumsi seperti camilan pada umumnya. Tekstur dan rasa produk yang sangat padat dan lembut sehingga akan menjadi pilihan yang tepat untuk dijadikan camilan saat bersantai serta sangat disukai anak-anak bahkan orang dewasa. Produk ini memiliki manfaat dapat mengenyangkan perut dan di dalam kandungan produk kami juga memiliki banyak manfaat seperti, menurunkan risiko terkena kanker, kekebalan tubuh, baik untuk kesehatan mata, baik untuk sistem pencernaan, mengendalikan gula darah, dan menurunkan tekanan darah.

Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan di mana konsumen memutuskan untuk benar-benar membeli produk tersebut. Proses ini terdiri dari lima fase: identifikasi kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Salah satu cara dalam pemasaran ialah bauran pemasaran atau marketing mix yang digunakan perusahaan untuk mencapai tanggapan yang dikehendaki perusahaan dari pasar sasarannya. Didalam bauran pemasaran terdapat 7 (tujuh) alat pemasaran yang terintegrasi diantaranya yaitu; *produk, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence*.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor bauran pemasaran dengan 7P (*product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence*) yang mempengaruhi keputusan pembelian terhadap produk *brownies* ubi jalar. Penelitian ini dilakukan di wilayah Surabaya Selatan, Jawa Timur. Pelaksanaan penelitian ini dimulai pada bulan April 2024. Alat yang dibutuhkan pada penelitian ini adalah kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian produk *brownies* ubi jalar di wilayah Surabaya Selatan dengan jumlah penduduk sekitar 3.009.286 jiwa. Jumlah responden adalah 100 konsumen yang membeli produk *brownies* ubi jalar di wilayah Surabaya Selatan. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *probability sampling* yaitu *proportionate stratified random sampling*. *Proportionate stratified random sampling* adalah teknik yang digunakan bila populasi mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional. Dalam teknik ini populasi dikelompokkan atau dikategorikan yang disebut strata (*Stratified*). Strata ini bisa berupa usia, kota, jenis kelamin, agama, tingkatan pendidikan, tingkat penghasilan dan lain-lain. Penentuan sampel menggunakan kriteria dengan strata sebagai berikut: 1) Berjenis kelamin Perempuan; 2) Sudah menikah atau menjadi ibu rumah tangga, 3) Berusia 25-50 tahun, dan 4) Bertempat tinggal di wilayah Kota Surabaya Selatan. Data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner diuji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur tersebut memiliki ketepatan dalam melakukan pengukuran.

Uji reliabilitas berguna untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan dan konsistensi.

Data yang diperoleh akan dihitung dan dianalisis menggunakan analisis deskriptif, analisis faktor dan analisis regresi linier berganda. Pada penelitian ini analisis deskriptif bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis dan faktual tentang fakta-fakta dengan cara menganalisis, mengelola dan menginterpretasi data. Analisis faktor merupakan suatu analisis yang mereduksi variabel-variabel asal yang memiliki dalam jumlah besar menjadi beberapa faktor. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antar faktor-faktor bauran pemasaran Produk (X1), Harga (X2), Tempat (X3), Promosi (X4), People (X5), Process (X6), dan Physical Evidence (X7) dengan Keputusan Pembelian (Y).

Hasil analisis regresi diperoleh persamaan regresi berganda yaitu: $Y = 0,318 + 0,129X_1 + 0,301X_6$ Pada persamaan tersebut dapat diketahui bahwa dari pada taraf signifikansi alfa 5% seluruh variabel *independent* dalam penelitian ini hanya ada 2 variabel produk (X1) dan variabel *process* (X6) yang mempengaruhi keputusan pembelian (Y) dan 5 variabel *independent* yang tidak mempengaruhi variabel keputusan pembelian (Y) yaitu variabel harga (X2), variabel lokasi (X3), variabel promosi (X4), variabel *people* (X5), dan variabel *physical evidence* (X7).

Sedangkan hasil analisis regresi dibentuk persamaan regresi berganda $Y = 0,318 + 0,129X_1 + 0,221X_2 + 0,186X_5 + 0,301X_6$ pada penggunaan taraf signifikansi alfa 10% hasil yang didapatkan dari seluruh variabel *independent* dalam penelitian ini hanya ada 4 variabel produk (X1), variabel harga (X2), variabel *people* (X5) dan variabel *process* (X6) yang mempengaruhi keputusan pembelian (Y) dan 5 variabel *independent* yang tidak mempengaruhi variabel keputusan pembelian (Y) yaitu, variabel lokasi (X3), variabel promosi (X4), dan variabel *physical evidence* (X7).

Kata Kunci : *Brownies* ubi jalar, Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian Konsumen.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR REVISI.....	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
RINGKASAN.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	3
1.5 Batasan Masalah	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Manajemen Pemasaran	4
2.2 Konsep Pemasaran	4
2.3 Pengertian Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	6
2.4 Indikator Bauran Pemasaran	11
2.5 Keputusan Pembelian	14
2.6 <i>Brownies</i> ubi jalar	17
2.7 Penelitian Terdahulu	18
2.8 Hipotesis	19
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1 Tempat dan Waktu.....	20
3.2 Alat Penelitian.....	20
3.3 Tahapan Penelitian.....	20
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Pengujian Instrumen	35
4.1.1 Uji Validitas	40

4.1.2 Uji Reliabilitas.....	44
4.2 Analisis Deskriptif	44
4.2.1. Analisis Deskriptif Variabel.....	47
4.2.2 Analisa Deskriptif Organoleptik	74
4.3 Analisis Faktor.....	76
4.4 Uji Koefisien Determinasi	78
4.5 Uji Hipotesis	79
4.5.1 Uji Korelasi R.....	79
4.5.2 Uji Simultan (Uji F).....	85
4.5.3 Uji Parsial (Uji t).....	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	101
5.1 Kesimpulan	101
5.2 Saran	102
DAFTAR PUSTAKA.....	103

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
	Gambar 3. 1 Kerangka Konseptual	21

DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
Tabel 3. 1	Skala <i>Likert</i>	31
Tabel 4. 1	Hasil Uji Validitas Produk ³⁵	
Tabel 4. 2	Hasil Uji Validitas Harga	36
Tabel 4. 3	Hasil Uji Validitas Lokasi	37
Tabel 4. 4	Hasil Uji Validitas Promosi.....	37
Tabel 4. 5	Hasil Uji Validitas <i>People</i>	38
Tabel 4. 6	Hasil Uji Validitas <i>Process</i>	39
Tabel 4. 7	Hasil Uji Validitas <i>Physical Evidence</i>	39
Tabel 4. 8	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	40
Tabel 4. 9	Hasil Uji Validitas Produk	41
Tabel 4. 10	Hasil Uji Validitas Harga	41
Tabel 4. 11	Hasil Uji Validitas Lokasi	41
Tabel 4. 12	Hasil Uji Validitas Promosi.....	42
Tabel 4. 13	Hasil Uji Validitas <i>People</i>	42
Tabel 4. 14	Hasil Uji Validitas <i>Process</i>	43
Tabel 4. 15	Hasil Uji Validitas <i>Physical Evidence</i>	43
Tabel 4. 16	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	43
Tabel 4. 17	Hasil Uji Reliabilitas	44
Tabel 4. 18	Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat.....	45
Tabel 4. 19	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 4. 20	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 4. 21	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	46
Tabel 4. 22	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	47
Tabel 4. 23	Variabel Produk (X1.1)	48
Tabel 4. 24	Variabel Produk (X1.2)	49
Tabel 4. 25	Variabel Produk (X1.3)	49
Tabel 4. 26	Variabel Produk (X1.4)	50
Tabel 4. 27	Variabel Produk (X1.5)	51
Tabel 4. 28	Variabel Produk (X1.6)	51
Tabel 4. 29	Variabel Produk (X1.7)	52
Tabel 4. 30	Variabel Harga (X2.1)	53
Tabel 4. 31	Variabel Harga (X2.2)	54
Tabel 4. 32	Variabel Harga (X2.3)	54
Tabel 4. 33	Variabel Harga (X2.4)	55
Tabel 4. 34	Variabel Lokasi (X3.1).....	56
Tabel 4. 35	Variabel Lokasi (X3.2).....	57
Tabel 4. 36	Variabel Promosi (X4.1)	58
Tabel 4. 37	Variabel Promosi (X4.2)	59

Tabel 4. 38 Variabel Promosi (X4.3)	59
Tabel 4. 39 Variabel Promosi (X4.4)	60
Tabel 4. 40 Variabel Promosi (X4.5)	61
Tabel 4. 41 Variabel Promosi (X4.6)	61
Tabel 4. 42 Variabel <i>People</i> (X5.1).....	62
Tabel 4. 43 Variabel <i>People</i> (X5.2).....	63
Tabel 4. 44 Variabel <i>People</i> (X5.3).....	64
Tabel 4. 45 Variabel <i>People</i> (X5.4).....	64
Tabel 4. 46 Variabel <i>Process</i> (X6.1)	65
Tabel 4. 47 Variabel <i>Process</i> (X6.2)	66
Tabel 4. 48 Variabel <i>Process</i> (X6.3)	67
Tabel 4. 49 Variabel <i>Process</i> (X6.4)	67
Tabel 4. 50 Variabel <i>Physical Evidence</i> (X7.1)	68
Tabel 4. 51 Variabel <i>Physical Evidence</i> (X7.2)	69
Tabel 4. 52 Variabel <i>Physical Evidence</i> (X7.3)	70
Tabel 4. 53 Variabel Keputusan Pembelian (Y.1).....	71
Tabel 4. 54 Variabel Keputusan Pembelian (Y.2).....	72
Tabel 4. 55 Variabel Keputusan Pembelian (Y.3).....	72
Tabel 4. 56 Variabel Keputusan Pembelian (Y.4).....	73
Tabel 4. 57 Parameter Tekstur.....	75
Tabel 4. 58 Parameter Rasa	75
Tabel 4. 59 Parameter Warna	76
Tabel 4. 60 Uji Koefisien Determinasi	79
Tabel 4. 61 Uji Korelasi	80
Tabel 4. 62 Hasil Uji F	86
Tabel 4. 63 Hasil Uji t	87

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	106
Lampiran 2	Kuesioner Uji Organoleptik Penelitian.....	110
Lampiran 3	Tabulasi Data	112
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Percobaan 10 Responden	116
Lampiran 5	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	119
Lampiran 6	Deskriptif Responden.....	122
Lampiran 7	Deskriptif Variabel.....	124
Lampiran 8	Hasil Uji Organoleptik.....	131
Lampiran 9	Analisis Faktor	132
Lampiran 10	Uji Hipotesis	138
Lampiran 11	Dokumentasi	143