

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR BAURAN PEMASARAN SIRUP BUNGA TELANG
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN**



Oleh:

**AHMAD FAISHAL FAUWAZI
NPM: 20230003**

**PROGRAM STUDI TEKNOLOGI INDUSTRI PERTANIAN
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
SURABAYA
2026**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Faktor Bauran Pemasaran Sirup Bunga Telang Terhadap
Minat Beli Konsumen
Nama Mahasiswa : Ahmad Faishal Fauwazi
NPM : 20230003
Program Studi : Teknologi Industri Pertanian
Fakultas : Teknik
Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

Surabaya, Januari 2026

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I



Ir. Tri Rahayuningsih M.A.

NIDN: 0711026601

Dosen Pembimbing II



Diana Puspitasari, S.TP, M.T.

NIDN: 0730067301

Mengetahui,

Dekan
Fakultas Teknik



Dr. Ir. Anang Kukuh Adisusilo, S.T., M.T.

NIP. 197802152015041001

Ketua Program Studi
A/n Sekretaris Program Studi
Teknologi Industri Pertanian



Dr. Eng. Ir. H. Mujiyanto, M.P.

NIDN: 0706076703

LEMBAR PENGESAHAN REVISI

Judul Skripsi : Analisis Faktor Bauran Pemasaran Sirup Bunga Telang Terhadap Minat Beli Konsumen
Nama Mahasiswa : Ahmad Faishal Fauwazi
NPM : 20230003
Program Studi : Teknologi Industri Pertanian
Fakultas : Teknik
Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

Surabaya, Januari 2026

Menyetujui,

Dosen Penguji I



Dr. Ir. Endang Retno Wedowati, M.T.

NIDN: 0728026901

Dosen penguji II



Dr. Eng. Ir. H. Mujiyanto, M.P.

NIDN: 0706076703

Mengetahui,

Dosen Pembimbing I



Ir. Tri Rahayuningsih M.A.

NIDN: 0711026601

Dosen Pembimbing II



Diana Puspitasari, S.TP, M.T.

NIDN: 0730067301

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul " ANALISIS FAKTOR BAURAN PEMASARAN SIRUP BUNGA TELANG TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN " 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, April 2026



(Ahmad Faishal Fauwazi)
20230003

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, nikmat serta hidayat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Skripsi yang berjudul "ANALISIS FAKTOR BAURAN PEMASARAN SIRUP BUNGA TELANG TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN". 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 Dr. Ir. Anang Kukuh Adisusilo, S.T., M.T., Selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Dr. Eng. Ir. H. Mujianto, M.P., Selaku Ketua Program Studi Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknik, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Ir. Tri Rahayuningsih M.A., Selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing, Memberikan ide, dan saran sehingga penyusunan laporan skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Ibu Diana Puspitasari, S.TP, M.T., Selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan, memberikan ide dan saran sehingga penyusunan laporan skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Kedua orang tua tercinta yang telah mendo'akan dan memberikan usaha terbaik secara moral maupun finansial, serta memprioritaskan pendidikan dan kebahagiaan. Terimakasih untuk selalu berada di sisi penulis dan menjadi alasan bagi penulis dalam menyelesaikan peulisan skripsi ini.
6. Sahabat terbaik penulis Dimas, Handoko, Bayu, Burkan, Karisma, Muamal, Nia, Dyah, Jeje, Fitri, Jonatan, Fere, David, Erla, Zy dan Zu yang telah memberikan semangat dan dukungan saat masih dalam masa perkuliahan maupun penyusunan skripsi.

7. Kepada diri saya sendiri, Terimakasih atas keberanian dalam memulai, atas kesabaran untuk berproses, dan keyakinan bahwa setiap usaha tidak akan pernah mengkhianati hasil. Semoga langkah kecil ini menjadi pemicu untuk pencapaian berikutnya.

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, Januari 2026

penulis

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan adanya minat beli konsumen pada produk minuman sirup bunga telang. Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen pada produk minuman sirup bunga telang, yang berfokus dengan 4 faktor: *product, price, place, promotion*. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh faktor bauran pemasaran 4P (Produk, Harga, Tempat, dan Promosi) bertujuan untuk mengetahui apakah dari keempat faktor signifikan mempengaruhi minat beli pada produk minuman sirup bunga telang. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik Metode yang digunakan yaitu metode deskriptif kualitatif. Pengambilan sampel pada penelitian ini adalah purposive sampling. Data sampel diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada responden sebanyak 100 kuisisioner. hasil dari **Analisis Regresi Linear Berganda** dengan empat variabel independen yaitu variabel produk (X1), variabel harga (X2), variabel lokasi (X3), promosi (X4), terhadap minat beli pelanggan (Y) pada pelanggan produk Sirup Bunga Telang membentuk persamaan regresi linear berganda yakni:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + e$$

$$Y = (-0,612) + 0,015X_1 + 0,636X_2 + 0,133X_3 - 0,057X_4 + e$$

Kata kunci: Sirup Bunga Telang, Bauran Pemasaran, Minat Beli Konsumen, Regresi Linier Berganda

ABSTRACT

This research is motivated by the existence of consumer purchasing interest in butterfly pea flower syrup beverage products. This study analyzes the factors that influence consumer purchasing interest in butterfly pea flower syrup beverage products, which focuses on 4 factors: product, price, place, promotion. This study aims to identify and analyze the influence of the 4P marketing mix factors (Product, Price, Place, and Promotion) aims to determine whether the four factors significantly influence purchasing interest in butterfly pea flower syrup beverage products. Sampling in this study was carried out using the technique The method used is a qualitative descriptive method. Sampling in this study is purposive sampling. Sample data was obtained by distributing questionnaires to respondents totaling 100 questionnaires. The results of a Multiple Linear Regression Analysis using four independent variables: product (X1), price (X2), location (X3), and promotion (X4), on customer purchase intention (Y) for Butterfly Pea Flower Syrup, yield a multiple linear regression equation:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + e$$

$$Y = (-0.612) + 0.015X_1 + 0.636X_2 + 0.133X_3 - 0.057X_4 + e$$

Keywords: Butterfly Pea Flower Syrup, Marketing Mix, Consumer Purchase Intention, Multiple Linear Regression.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PENGESAHAN REVISI.....	ii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
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	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Manajemen Pemasaran.....	5
2.2 Konsep Pemasaran	5
2.3 Pengertian Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	7
2.4 Indikator Bauran Pemasaran.....	10
2.5 Minat Beli	13
2.6 Sirup Bunga Telang	15
2.7 Penelitian Terdahulu	16
2.8 Hipotesis.....	18
BAB III METODE PENELITIAN.....	19
3.1 Tempat dan Waktu	19
3.2 Instrumen Penelitian	19
3.3 Tahapan Penelitian.....	19
BAB IV PEMBAHASAN	30
4.1 Pengujian Instrumen	30

4.1.1	Uji Validitas 10% Responden Variabel Produk	30
4.1.2	Uji Validitas 10% Responden Variabel Harga	31
4.1.3	Uji Validitas 10% Responden Variabel Lokasi	32
4.1.4	Uji Validitas 10% Responden Variabel Promosi.....	32
4.1.5	Uji Validitas 10% Responden Variabel Minat Beli	33
4.1.6	Uji Reliabilitas 10% Responden	33
4.2	Pengujian Data Responden.....	34
4.2.1	Uji Validitas 100% Responden Variabel Produk.....	34
4.2.2	Uji Validitas 100% Responden Variabel Harga	35
4.2.3	Uji Validitas 100% Responden Variabel Lokasi	35
4.2.4	Uji Validitas 100% Responden Variabel Promosi.....	36
4.2.5	Uji Validitas 100% Responden Variabel Minat Beli	36
4.2.6	Uji Reliabilitas 100% Responden	37
4.3	Analisis Deskriptif Variabel	38
4.3.1	Variabel Produk (X1)	38
4.3.2	Variabel Harga (X2).....	41
4.3.3	Variabel Lokasi (X3).....	43
4.3.4	Variabel Promosi (X4)	45
4.3.5	Variabel Minat Beli (Y)	46
4.4	Analisis Faktor.....	47
4.4.1	Analisis Faktor Produk (X1).....	47
4.4.2	Analisis Faktor Harga (X2)	48
4.4.3	Analisis Faktor Lokasi (X3)	48
4.4.4	Analisis Faktor Promosi (X4)	48
4.4.5	Analisis Faktor Minat Beli (Y)	48
4.5	Hasil Analisis regresi	48
4.6	Uji Hipotesis	50
4.6.1	Uji Simultan (Uji F)	50
4.6.2	Uji Parsial (Uji t).....	51

4.6.3 Uji korelasi (Uji r).....	58
4.7 Uji koefisien determinasi.....	61
BAB V PENUTUP.....	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	64
LAMPIRAN.....	68

DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
Tabel 4.1.1	Hasil Uji Validitas 10% Responden Variabel Produk	31
Tabel 4.1.2	Hasil Uji Validitas 10% Responden Variabel Harga	31
Tabel 4.1.3	Hasil Uji Validitas 10% Responden Variabel Lokasi.....	32
Tabel 4.1.4	Hasil Uji Validitas 10% Responden Variabel Promosi.....	32
Tabel 4.1.5	Hasil Uji Validitas 10% Responden Variabel Minat Beli.....	33
Tabel 4.1.6	Hasil Uji Reliabilitas 10% Responden.....	33
Tabel 4.2.1	Hasil Uji Validitas 100% Responden Variabel Produk	34
Tabel 4.2.2	Hasil Uji Validitas 100% Responden Variabel Harga	35
Tabel 4.2.3	Hasil Uji Validitas 100% Responden Variabel Lokasi.....	36
Tabel 4.2.4	Hasil Uji Validitas 100% Responden Variabel Promosi.....	36
Tabel 4.2.5	Hasil Uji Validitas 100% Responden Variabel Minat Beli.....	37
Tabel 4.2.6	Hasil Uji Reliabilitas 100% Responden.....	37
Tabel 4.3.1	Grafik Penilaian Variabel Produk.....	38
Tabel 4.3.2	Grafik Penilaian Variabel Harga.....	42
Tabel 4.3.3	Grafik Penilaian Variabel lokasi.....	44
Tabel 4.3.4	Grafik Penilaian Variabel Promosi	45
Tabel 4.3.5	Grafik Penilaian Variabel Minat Beli	46
Tabel 4.6.2	Uji Simultan (Uji F)	50
Tabel 4.6.3	Uji Parsial (Uji t).....	51
Tabel 4.7.1	Uji Koefisien Determinasi.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	68
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	71
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas 10 Responden	75
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	76
Lampiran 7 Analisis Faktor	84
Lampiran 8 Uji Hipotesis.....	88
Lampiran 9 Dokumentasi	92