

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN SARINANAS
DI KECAMATAN WONODADI
KABUPATEN BLITAR**

SKRIPSI



Oleh:

**SHELLAANGGRAINI
NPM.2160118100010**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS TULUNGAGUNG
TULUNGAGUNG
2025**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN SARINANAS
DI KECAMATAN WONODADI
KABUPATEN BLITAR**

SKRIPSI

**Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Pertanian dari Fakultas
Pertanian Universitas Tulungagung**

Oleh:

**SHELLAANGGRAINI
2160118100010**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS TULUNGAGUNG
TULUNGAGUNG
2025**

Judul Skripsi : PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN SARINANASDI
KECAMATAN WONODADI KABUPATEN BLITAR
Nama Mahasiswa : SHELLA ANGGRAINI
NPM : 2160118100010
Program Studi : AGRIBISNIS
Menyetujui : Dosen Pembimbing

Dosen Pembimbing I



(Dr. Ermawati Dewi, S.P., M.M.)

NIDN. 0713127401

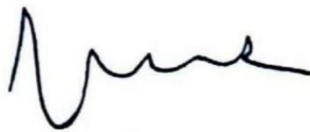
Dosen Pembimbing II



(Mufida Diah Lestari, S.P., M.Agr.)

NIDN. 0707088507

Dekan



(Dr. Ir. Yuniar Hajar Prasekti, M.MA.)

NIDN. 0710066101

Tanggal Penyetujuan:

SKRIPSI BERJUDUL

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MINUMAN SARINANAS DI KECAMATAN WONODADI KABUPATEN BLITAR

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama: Shella Anggraini

NPM : 2160118100010

Yang dipertimbangkan di depan Dewan Pengujipada tanggal: dan
dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Mengesahkan
MAJELIS PENGUJI

Penguji Pertama



(Dr. Ermawati Dewi, S.P., M.M.)

NIDN. 0713127401

Penguji Kedua



(Mufida Diah Lestari, S.P., M.Agr.)

NIDN. 0707088507

Penguji Ketiga



(Herry Nur Faisal, S.Pt., M.Agr.)

NIDN. 0720128102

HALAMAN PERSEMBAHAN

*Karya ini saya persembahkan sebagai tanda bukti sayang
dan cinta yang tiada terhingga kepada kedua orang tuaku,
Bapak Sutikno dan teristimewa Almh Ibu Sringah,
yang telah melahirkan serta mencurahkan
segala kasih sayang dan cintanya.*

*Kakak perempuanku tercinta
Terimakasih atas segala kasih sayang
Terimakasih telah berada dihidupku sebagai
Kakak yang tegas, peduli walau kadang
Sedikit menyebalkan.*

HALAMAN MOTTO

**“Jika bukan karena Allah yang mampukan,
aku mungkin sudah lama menyerah”**

(Q.S Al-Insyirah: 05-06)

**“Perang telah usai, aku bisa pulang
Kubaringkan Panah dan Berteriak MENANG”**

RIWAYAT HIDUP



Shella Anggraini, lahir pada tanggal 9 januari 2003 di Kabupaten Blitar. Penulis merupakan anak kedua dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Sutikno dan Ibu Sringah. Pendidikan formal yang telah di tempuh penulis adalah di MI Darul Ulum Rejosari pada tahun 2010 – 2015, dan melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 1 Wonodadi sampai tahun 2018. Selanjutnya penulis melanjutkan ke Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) PGRI Kras Kediri, dengan mengambil jurusan Teknik Komputer dan Jaringan dan tamat pada tahun 2021. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan studinya di Universitas Tulungagung memilih Prodi Agribisnis di Fakultas Pertanian.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena berkat limpahan rahmat karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Skripsi berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Sari Nanas di Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar”. Skripsi ini diajukan sebagai persyaratan kelulusan sarjana program studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Tulungagung.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan serta dukungan secara langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terimakasih kepada :

Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Ermawati Dewi, S.P., M.M, selaku Dosen Pembimbing I
2. Ibu Mufida Diah Lestari, S.P., M.Agr, selaku Dosen Pembimbing II
3. Kedua Orang tua atas doa yang tak pernah putus, cinta, serta segala pengorbanan yang menjadi sumber kekuatan dalam hidup penulis.
4. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) Republik Indonesia, yang telah memberikan dukungan beasiswa selama masa studi sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dengan baik.
5. Teman-teman seperjuangan, yang telah menjadi bagian dari proses penuh perjuangan dan kebersamaan.
6. Teman-teman seperjuangan dan semua pihak yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, penulis mengharapkan saran – saran dari pembaca untuk perbaikan isi dari skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat manfaat bagi kita semua dalam menambah pengetahuan serta menjadi tambahan referensi dalam mengembangkan usaha agribisnis.

Tulungagung, juni 2025

Penulis

RINGKASAN

SHELLA ANGGRAINI. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Sari Nanas di Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar dibawah bimbingan Dr. Ermawati Dewi, S.P., M.M dan Mufida Diah Lestari, S.P., M.Agr.

Penelitian ini dilaksanakan di wilayah Kecamatan Wonodadi, Kabupaten Blitar. Dengan tujuan utama ialah guna mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian konsumen. Populasi penelitian ini bersifat kuantitatif dengan sifat hubungan asosiasif. Populasi penelitian berjumlah 100 orang, dan sebanyak 50 individu dipilih sebagai sampel melalui metode purposive sampling yang ditentukan menggunakan rumus slovin, instrumen pengumpulan data berupa kuesioner. Sementara analisis data dilakukan dengan beberapa uji yaitu regresi berganda, serta uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, normalitas, uji t, dan uji f. Seluruh analisis didukung oleh perangkat lunak SPSS versi 22. Bauran

Hasil analisis menunjukkan bahwa keempat variabel tersebut yaitu variabel pemasaran 4p tersebut secara simultan memengaruhi keputusan pembelian. Secara parsial hanya variabel produk dan promosi yang terbukti signifikan memengaruhi, sementara harga dan tempat tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan.

Nilai Adjusted R Squared yang diperoleh 0,033 mengindikasikan bahwa variasi dalam keputusan pembelian konsumen yang sudah di analisis dapat dijelaskan oleh keempat variabel tersebut. Dari seluruh variabel yang sudah diuji, produk menjadi faktor yang memberikan pengaruh paling kuat terhadap keputusan pembelian terbesar secara absolut (-0,357). Oleh karena itu perusahaan disarankan untuk meningkatkan persepsi dan kualitas produk yang ditawarkan, serta mengoptimalkan strategi promosi untuk mendorong keputusan pembelian konsumen terhadap produk minuman sari buah nanas.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran (Marketing Mix 4P).

SUMMARY

SHELLA ANGGRAINI. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Sari Nanas di Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar dibawah bimbingan Dr. Ermawati Dewi, S.P., M.M dan Mufida Diah Lestari, S.P., M.Agr.

This research was conducted in Wonodadi District, Blitar Regency. The primary objective was to determine the influence of the marketing mix on consumer purchasing decisions. The study population was quantitative and associative. Fifty individuals were selected through a purposive sampling method determined using the Slovin formula, with a questionnaire as the data collection instrument. Data analysis was conducted using multiple regression, validity, reliability, classical assumptions, normality, t-tests, and f-tests. All analyses were supported by SPSS version 22 software.

The analysis results indicate that the four variables, namely the 4Ps of marketing mix, simultaneously influence purchasing decisions. Partially, only product and promotion variables were found to have a significant influence, while price and place did not show a significant influence.

The Adjusted R Squared value of 0.033 indicates that the variation in consumer purchasing decisions analyzed can be explained by these four variables. Of all the variables tested, product was the factor with the strongest absolute influence on purchasing decisions (-0.357). Therefore, the company is advised to improve the perception and quality of the product offered, as well as optimize promotional strategies to encourage consumer purchasing decisions for pineapple juice drinks.

Keywords: *Marketing Mix (Marketing Mix 4P).*

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	7
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	7
1.4 Batasan Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1 Konsep Pemasaran.....	13
2.2.2 Bauran Pemasaran	15
2.2.3 Perilaku Konsumen	16
2.2.4 Proses Keputusan Pembelian	18
2.3 Kerangka Berpikir	19
2.4 Hipotesis Penelitian	20
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Metode Penentuan Daerah Penelitian.....	22
3.2 Metode Penentuan Sampel.....	22
3.3 Metode Pengambilan Data.....	23
3.4 Metode Analisis Data	24
3.5 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	29
3.5.1 Definisi Oprasional Variabel	29
3.5.2 Definisi Variabel Penelitian.....	30
3.5.3 Uji Hipotesis.....	31
BAB IV KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN	32
4.1 Topografi Daerah	32
4.2 Keadaan Sosial.....	33
4.2.1 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
4.2.2 Berdasarkan Pendidikan Terakhir	34
4.2.3 Berdasarkan Usia.....	35
4.2.4 Berdasarkan Pekerjaan.....	36
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
5.1 Uji Validitas	37
5.1.2 Uji Realibilitas	38
5.1.3 Uji Asumsi Klasik.....	38
5.1.4 Uji Multikolienaritas	39
5.1.5 Uji Heteroskedastisitas.....	40
5.1.6 Uji Autokorelasi	41
5.1.7 Analisis Regresi Linier Berganda	42

5.2 Uji Hipotesis.....	44
5.2.1 Uji F (Simultan)	44
5.2.2 Uji t (Parsial)	44
5.2.3 Koefisien Determinasi (R ²).....	46
5.3 Pembahasan.....	46
KESIMPULAN DAN SARAN.....	51
6.1 Kesimpulan	51
6.2 Saran	52
DAFTAR PUSTAKA.....	54
LAMPIRAN.....	56

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	34
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	35
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	36
Tabel 5.1 Hasil Pengujian Validitas.....	37
Tabel 5.2 Hasil Uji Realibilitas.....	38
Tabel 5.3 Hasil Uji Multikolieneritas	39
Tabel 5.4 Hasil Uji Autokorelasi	41
Tabel 5.5 Durbin Watson	42
Tabel 5.6 Analisis Regresi Linier Berganda	43
Tabel 5.7 Hasil Uji F (Simultan)	44
Tabel 5.8 Hasil Uji t (Uji Parsial)	45
Tabel 5.9 Koefisien Determinasi (R^2)	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	19
Gambar 5.1 Hasil Uji Normalitas.....	39
Gambar 5.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Variabel Penelitian	57
Lampiran 2. Jumlah hasil deretan skor responden dari semua variabel ...	59
Lampiran 3. Hasil uji validitas dan uji realibilitas	60
Lampiran 4. Hasil uji Asumsi Klasik	65
Lampiran 5. Dokumentasi	68