

**HUBUNGAN BAURAN PEMASARAN DENGAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN KAKTUS DI THE PRICKLE HOUSE SALATIGA
PADA MASA PANDEMI COVID-19**

***THE RELATIONSHIP BETWEEN MARKETING MIX AND
CONSUMER BUYING DECISION OF CACTUS AT THE
PRICKLE HOUSE SALATIGA DURING COVID-19 PANDEMIC***

SKRIPSI

Diajukan kepada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian dan Bisnis guna
memenuhi sebagian dari syarat memperoleh gelar Sarjana Pertanian

Oleh:

Sinta Nur Riskawati

522016060



**FAKULTAS PERTANIAN DAN BISNIS UNIVERSITAS
KRISTEN SATYA WACANA
SALATIGA
2021**

LEMBAR PENGESAHAN
HUBUNGAN BAURAN PEMASARAN DENGAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN KAKTUS DI THE PRICKLE HOUSE SALATIGA
PADA MASA PANDEMI COVID-19

*THE RELATIONSHIP BETWEEN MARKETING MIX AND
CONSUMER BUYING DECISION OF CACTUS AT THE
PRICKLE HOUSE SALATIGA DURING COVID-19 PANDEMIC*

Oleh:

Sinta Nur Riskawati

522016060

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh pembimbing
pada tanggal: 11 Oktober 2021



Mengesahkan

Salatiga, 14 Oktober 2021

Fakultas Pertanian dan Bisnis

Universitas Kristen Satya Wacana

Pembimbing

Dr. Ir. Yulawati, M.P.



Dekan Fakultas Pertanian dan Bisnis

Dr. Hening Mary Prihtanti, S.P., M.P.



Perpustakaan O. Notohamidjojo
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA

Jl. Diponegoro 52-60
Telp. (0298) 321212
Fax (0298) 321433
E-mail : library@adm.uksw.edu
Salatiga - 50711 Indonesia

**PERNYATAAN PENYERAHAN LISENSI NONEKSklusIF
DAN PILIHAN EMBARGO TUGAS AKHIR**

Dengan menyerahkan tugas akhir (karya) dengan:

Judul : Hubungan Bauran Pemasaran Dengan Keputusan Pembelian Kaktus Pembelian Kaktus Di The Prickle House Salatiga Pada Masa Pandemi Covid-19

untuk diunggah ke Repositori Institusi Universitas Kristen Satya Wacana (UKSW) demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang membuat pernyataan:

NIM : 522016060

Nama : Sinta Nur Riskawati

Email¹ : sintanrw88@gmail.com

- a) menyerahkan lisensi noneksklusif kepada UKSW untuk mereproduksi, mengalihmediakan, mengatur akses, dan mendistribusikan karya ini (terutama metadata dan abstrak) tanpa royalti untuk keperluan nonkomersial dan kepentingan akademik, dalam format cetak dan elektronik dan dalam media apapun, termasuk tetapi tidak terbatas pada audio atau video;
- b) memahami bahwa saya tetap memegang hak cipta atas karya ini dan berhak menyerahkan karya ini ke penerbit atau ke repositori lainnya;
- c) menyatakan bahwa karya ini asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Kristen Satya Wacana maupun di institusi pendidikan lainnya;
- d) menyatakan bahwa karya ini bukan saduran/terjemahan melainkan merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian/implementasi sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
- e) menyatakan bahwa karya ini merupakan revisi terakhir yang telah disetujui pembimbing/promotor;
- f) menyatakan bahwa dalam karya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
- g) menyatakan bahwa jika di kemudian hari terjadi perubahan hak cipta atas karya ini, saya bertanggung jawab untuk menyampaikannya ke UKSW terkait perubahan yang dilakukan;
- h) menyatakan bahwa UKSW tidak dapat dikenai tuntutan hukum atas pelanggaran hak kekayaan intelektual atau pelanggaran lain yang terkandung dalam karya ini;
- i) menyetujui bahwa UKSW dapat mengalihmediakan tanpa mengubah isi dan menyimpan lebih dari satu salinan karya ini ke dalam media atau format apapun untuk kepentingan keamanan, cadangan, dan pelestarian;
- j) menyatakan bahwa, meskipun langkah-langkah pelestarian dilakukan sebaik-baiknya untuk melestarikan karya ini, UKSW tidak bertanggung jawab atas kehilangan atau kerusakan karya atau metadata selama karya ini disimpan di Repositori Institusi.

¹ Email pribadi (selain email @student.uksw.edu)

k) mengajukan agar karya ini²:

dapat diakses langsung setelah diunggah (tanpa embargo), atau diembargo³ selama:

6 bulan 1 tahun 2 tahun embargo permanen

dengan alasan:

dalam proses pengajuan paten.

akan/telah dipresentasikan sebagai makalah dalam seminar nasional/internasional

yang akan/telah diterbitkan dalam prosiding pada bulan _____, tahun _____

akan/telah diterbitkan dalam jurnal nasional/internasional

Jurnal Manajemen Agribisnis S2 Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Udayana, Bali, Volume 9 Nomor 2 Tahun 2021.

yang akan/telah diterbitkan pada bulan oktober, tahun 2021

berisi materi sensitif, seperti data pribadi, atau informasi yang membahayakan keamanan nasional

berisi materi yang mengandung hak cipta atau hak kekayaan intelektual pihak lain

karya ini disponsori/didukung oleh badan atau organisasi lain di luar UKSW dan terikat oleh perjanjian kerahasiaan selama periode tertentu

lainnya (mohon dijelaskan): _____

Salatiga, 20 Oktober 2021

Mengetahui,

(Dr. Ir. Yuliawati, M.P)

NIDN/NIDK/NUP: 0609096202

Tanda tangan & nama terang pembimbing/promotor pertama

Menyatakan,



(Sinta Nur Riskawati)

Tanda tangan & nama terang mahasiswa

(_____) NIDN/NIDK/NUP:

Tanda tangan & nama terang pembimbing/promotor kedua

Kode Program Studi: 54201

(_____) NIDN/NIK/NUP:

Tanda tangan & nama terang pembimbing/promotor ketiga

²Akses ke halaman judul/abstrak dan daftar pustaka wajib dibuka.

³Embargo membatasi akses tugas akhir dari pihak eksternal, namun akses oleh warga kampus UKSW dimungkinkan melalui prosedur tertentu.

⁴Sebelum masa embargo berakhir, pemilik karya atau pembimbing dapat meminta perpanjangan masa embargo.

F-LIB-102

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpah berkah dan karunia-Nya sehingga penulisan skripsi yang berjudul “Hubungan Bauran Pemasaran Dengan Keputusan Pembelian Kaktus di The Prickle House Salatiga pada Masa Pandemi Covid-19” dapat terselesaikan. Skripsi ini disusun guna memperoleh gelar Sarjana Pertanian di Fakultas Pertanian dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga.

Terealisasikannya skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Tinjung Mary Prihtanti, S.P., M.P. selaku Dekan Fakultas Pertanian dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana.
2. Ibu Dr. Ir. Yulawati, M.P. selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana sekaligus dosen pembimbing, penguji dan wali studi yang telah mendidik dan memberikan ilmu dan bimbingan selama penyusunan skripsi.
3. Bapak Dr.Ir. Lasmono Tri Sunaryanto, M.Sc. dan Ibu Liska Simamora, S.P., M.Sc. sebagai penguji yang telah memberikan saran dan masukan dalam penulisan skripsi ini.
4. Dosen, staff TU dan laboratorium yang telah membantu, membimbing dan mendukung penulis selama berkuliah di Fakultas Pertanian dan Bisnis.
5. Kedua orang tua, adik dan keluarga yang telah memberikan doa dan dukungannya.
6. Bapak Cholid sebagai pemilik The Prickle House Salatiga yang telah mengizinkan dan menjadi narasumber dalam penyusunan skripsi.
7. Diovani Zahra Tanjung yang telah memberikan dukungan, kebaikan, perhatian, dan semangat selama penyusunan skripsi.
8. Winanda, Billy, Asif, Karina, Desi, Melfa, Fiqi, Novika, Nonik, Vika, Feny, Mbak Fika, Tiffany dan semua pihak yang telah membantu.

Penulis menyadari bahwa isi dari skripsi ini belum sepenuhnya sempurna. Penulis sangat mengharapkan kritik dan saran untuk menyempurnakan penulisan skripsi ini. Semoga penulisan skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

ABSTRAK

Nama/NIM :Sinta Nur Riskawati (522016060)

Pembimbing : Dr. Ir. Yuliawati, M.P.

HUBUNGAN BAURAN PEMASARAN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KAKTUS DI THE PRICKLE HOUSE SALATIGA PADA MASA PANDEMI COVID-19

Skripsi, 73 halaman

Bauran pemasaran merupakan alat pemasaran yang digunakan oleh perusahaan secara terus-menerus untuk mencapai tujuan pemasaran. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan bauran pemasaran yaitu produk, harga, lokasi, dan promosi dengan keputusan pembelian kaktus di The Prickle House Salatiga pada masa pandemi Covid-19. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*purposive*). Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanasi. Sampel dipilih secara sengaja kepada 50 responden dengan kriteria konsumen yang membeli produk kaktus pada masa pandemi Covid-19 sejak bulan Maret 2020, memostingnya di media sosial mereka, menandai dan *direpost* oleh The Prickle House Salatiga. Indikator kuesioner penelitian diukur dengan skala Likert. Data penelitian dianalisis secara statistik dengan uji korelasi Rank Spearman. Hasil penelitian menunjukkan variabel harga, lokasi, dan promosi berkorelasi secara signifikan, tingkat hubungan sedang dan tanda positif menunjukkan hubungan searah dengan keputusan pembelian, sedangkan variabel produk berkorelasi tidak signifikan, tingkat kekuatan hubungan lemah dan hubungan searah dengan keputusan pembelian.

Kata kunci : bauran pemasaran, keputusan pembelian, kaktus, pandemi Covid 19, The Prickle House Salatiga.

Disetujui oleh:

Pembimbing



Dr. Ir. Yuliawati, M.P.

ABSTRACK

Name/NIM : Sinta Nur Riskawati/522016060

Supervisor : Dr. Ir. Yuliawati, M.P

THE RELATIONSHIP BETWEEN MARKETING MIX AND CONSUMER BUYING DECISION OF CACTUS AT THE PRICKLE HOUSE SALATIGA DURING COVID-19 PANDEMIC

mini thesis, 73 pages

Marketing mix is a marketing tool where companies use it continuously to achieve marketing objectives in the target market. This study aims to determine the relationship of the marketing mix of internal factors, namely product, price, place and promotion with the consumer buying decision of cactus at The Prickle House Salatiga during the Covid-19 pandemic. The research location is chosen purposively. The type of research used is explanatory research. The sampling was done deliberately to 50 respondents with the criteria of consumers who purchased cactus products during the Covid-19 pandemic since March 2020, posted them on their social media, tagged and reposted by The Prickle House Salatiga. The indicator of the research questionnaire was measured on the Likert scale. The research data will be analyzed statistically with Spearman Rank correlation test. The results showed that the price, location, and promotion variables were significantly, medium relationship level and underirectional relationship correlated with consumer buying decisions, meanwhile, the product variable is not significantly, weak realtionship level and undirectional relationship correlated with the consumer buying decisions.

Keywords: *marketing mix, consumer buying decisions, cactus, covid-19 pandemic, The Prickle House Salatiga.*

Approve by:
Supervisor



Dr. Ir. Yuliawati, M.P.

DAFTAR ISI

	halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Batasan Penelitian	4
1.5. Manfaat Penelitian	4
1.6. Model Hipotetis.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1. Landasan Teori.....	6
2.1.1. Pandemi Covid-19	6
2.1.2. Tanaman Hias Kaktus.....	7
2.1.3. Teori Strategi Pemasaran.....	7
2.1.4. Perilaku Konsumen.....	13
2.1.5. Keputusan Pembelian	14
2.2. Hubungan Bauran Pemasaran dengan Keputusan Pembelian.....	15
2.2.1. Hubungan Produk dengan Keputusan Pembelian	16
2.2.2. Hubungan Harga dengan Keputusan Pembelian	17
2.2.3. Hubungan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian.....	17
2.2.4. Hubungan Promosi dengan Keputusan Pembelian.....	18
2.3. Penelitian Terdahulu	19
2.4. Hipotesis Penelitian.....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	22
3.2. Jenis Penelitian.....	22
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.4. Teknik Pengambilan Sampel.....	23
3.5. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian.....	23

3.6. Pengujian Instrumen Penelitian.....	24
3.6.1. Uji Validitas.....	24
3.6.2. Uji Reliabilitas.....	25
3.7. Teknik Analisis Data.....	25
3.7.1. Analisis Statistik Deskriptif.....	25
3.7.2. Uji Korelasi Rank Spearman.....	26
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	28
4.1. Gambaran Umum The Prickle House Salatiga	28
4.2. Karakteristik Responden	29
4.2.1. Jenis Kelamin	29
4.2.2. Alamat Tempat Tinggal.....	29
4.2.3. Sumber Informasi tentang The Prickle House.....	30
4.2.4. Frekuensi Pembelian Kaktus	30
4.2.5. Alasan Pembelian Kaktus.....	31
4.3. Hasil Analisis Uji Instrumen Penelitian.....	31
4.3.1. Uji Validitas.....	31
4.3.2. Uji Reliabilitas.....	32
4.4. Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Penelitian.....	32
4.4.1. Produk (X_1).....	32
4.4.2. Harga (X_2).....	34
4.4.3. Lokasi (X_3)	35
4.4.4. Promosi (X_4).....	36
4.4.5. Keputusan Pembelian (Y).....	37
4.5. Hubungan Produk (X_1), Harga (X_2), Lokasi (X_3), dan Promosi (X_4) Dengan Keputusan Pembelian Kaktus di The Prickle House Salatiga	38
4.5.1. Hubungan Produk Dengan Keputusan Pembelian Kaktus di The Prickle House Salatiga.....	38
4.5.2. Hubungan Harga Dengan Keputusan Pembelian Kaktus The Prickle House Salatiga.....	39
4.5.3. Hubungan Lokasi Dengan Keputusan Pembelian Kaktus The Prickle House Salatiga.....	41
4.5.4. Hubungan Promosi Dengan Keputusan Pembelian Kaktus The Prickle House Salatiga.....	42
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	44
5.1. Kesimpulan	44
5.2. Saran	44
DAFTAR PUSTAKA	46
LAMPIRAN	49

DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel 2.1 Variabel dan indikator Bauran Pemasaran.....	9
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Definisi Operasional	23
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	29
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat Tempat Tinggal.....	29
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi	30
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	30
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Pembelian	31
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Y	32
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Y	32
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Produk	33
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Harga	34
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Lokasi.....	35
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Promosi	36
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Keputusan Pembelian	37
Tabel 4.13 Hasil Analisis Korelasi rank Spearman (rs) antara Produk (X ₁), Harga (X ₂), Lokasi (X ₃), dan Promosi (X ₄) Dengan Keputusan Pembelian Kaktus (Y) di The Prickle House Salatiga	38



DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 1.1 Model Hipotetis Penelitian.....	5



DAFTAR LAMPIRAN

	halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	50
Lampiran 2. Data Responden.....	54
Lampiran 3. Tabulasi Data Produk (X_1), Harga (X_2), Lokasi (X_3), dan Promosi (X_4) dengan Keputusan Pembelian Kaktus (Y)	59
Lampiran 4. Hasil Output SPSS.....	62
Lampiran 4.1 Uji Validitas.....	62
Lampiran 4.2 Uji Reliabilitas.....	64
Lampiran 4.3 Uji Rank Spearman.....	65
Lampiran 5. Dokumentasi.....	66

