



ANALISIS BAURAN PEMASARAN TERHADAP TINGKAT PENJUALAN PRODUK SAYURAN HIDROPONIK PT SAE GARDEN HYDROFARM SPECIALIST

MUHAMMAD DIDAN SAPUTRA



**MANAJEMEN AGRIBISNIS
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**

PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN PROYEK AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan proyek akhir dengan judul “Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Tingkat Penjualan Produk Sayuran Hidroponik PT Sae Garden Hydrofarm Specialist” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2024

Muhammad Didan Saputra

J0310202362

@Hak cipta milik IPB University

IPB University



ABSTRAK

MUHAMMAD DIDAN SAPUTRA. Analisis Hubungan *Marketing Mix* Terhadap Tingkat Penjualan Produk Sayuran Hidroponik PT Sae Garden Hydrofarm Specialist. Dibimbing oleh SAFIRA FATHIN.

Ada berbagai faktor yang memengaruhi tingkat penjualan di sebuah perusahaan. Sae Garden Hydrofarm Specialist. Tujuan dalam penelitian ini mengidentifikasi karakteristik responden pada PT Sae Garden Hydrofarm Specialist, Menganalisis seberapa besar pengaruh bauran pemasaran terhadap tingkat penjualan sayuran hidroponik di PT Sae Garden Hydrofarm Specialist. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan salah satu teknik pengumpulan data adalah melalui kuesioner yang diberikan kepada konsumen. Sampel yang digunakan terdiri dari 60 orang konsumen. Metode analisa yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik, uji T (parsial), uji F (simultan) dan determinasi (R^2). Berdasarkan hasil penelitian, secara simultan, variabel *dependen* menunjukkan pengaruh positif terhadap variabel *dependen*. Hal ini dibuktikan dengan perhitungan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $28,530 > 2,54$. Secara parsial, diketahui bahwa produk, harga, tempat/saluran distribusi, dan promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan.

Kata kunci: bauran pemasaran, sayuran hidroponik, tingkat penjualan

ABSTRACT

MUHAMMAD DIDAN SAPUTRA. Analysis of the Marketing Mix Relationship to the Hydroponic Vegetable Product Sales Level at PT Sae Garden Hydrofarm Specialist. Supervised by SAFIRA FATHIN.

There are various factors that influence the level of sales in a company. Sae Garden Hydrofarm Specialist. The aim of this research is to identify the characteristics of respondents at PT Sae Garden Hydrofarm Specialist, to analyze how much influence the marketing mix has on the level of sales of hydroponic vegetables at PT Sae Garden Hydrofarm Specialist. The method used in this research is a quantitative method with one of the data collection techniques being a questionnaire given to consumers. The sample used consisted of 60 consumers. The analytical methods used are multiple linear regression analysis, classical assumption test, T test (partial), F test (simultaneous) and determination (R^2). Based on the research results, simultaneously, the dependent variable shows a positive influence on the dependent variable. This is proven by calculating the value of $F_{count} > F_{table}$, namely $28.530 > 2.54$. Partially, it is known that product, price, place/distribution channel, and promotion have a positive and significant influence on sales levels.

Keywords: hydroponic vegetables, marketing mix, sales level



Judul Proyek Akhir : Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Tingkat Penjualan Produk Sayuran Hidroponik PT Sae Garden Hydrofarm Specialist
Nama : Muhammad Didan Saputra
NIM : J0310202362

Disetujui oleh

Pembimbing:
Safira Fathin, SE., M.Sc.

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Intani Dewi, S.Pt., M.Sc., M.Si.
NPI. 201811198309142016

Dekan Sekolah Vokasi:
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.
NIP. 196607171992031003



Tanggal Ujian: 18 Juli 2024

Tanggal Lulus:

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PRAKATA

Puji dan syukur ke hadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas segala rahmat dan karunia-Nya yang tiada terhingga, sehingga karya ilmiah ini dapat diselesaikan dengan baik. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Juli 2023 hingga bulan Januari 2024 ini strategi pemasaran, dengan judul “Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Tingkat Penjualan Produk Sayuran Hidroponik PT Sae Garden Hydrofarm Specialist”. Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Alm. Muhammad Husni dan Ibu Siti Maryam selaku orang tua penulis yang telah memberikan dukungan, doa dan kasih sayang yang tiada hentinya kepada penulis selama penelitian proyek akhir ini. Dukungan mereka menjadi sumber motivasi utama yang membuat penulis untuk terus bersemangat dalam menyelesaikan karya ilmiah ini. Terimakasih kepada Ibu Safira Fathin SE, M.Sc. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, saran, serta dukungan yang sangat berharga sepanjang proses penyusunan karya ilmiah ini. Bimbingan dan masukan yang diberikan tidak hanya meningkatkan kualitas karya ini, tetapi juga memperkaya pengetahuan dan pengalaman penulis. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pembimbing lapang Bapak Dini Sapari selaku pemimpin PT Sae Garden Hydrofarm Specialist yang telah membantu selama pengumpulan data. Ungkapan terima kasih kepada seluruh dosen Program Studi Manajemen Agribisnis Sekolah Vokasi IPB yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama penulis menempuh studi di Sekolah Vokasi IPB. Tak lupa, penulis juga berterima kasih kepada kang Dede serta Jevania Tabita Sitorus dan Citra Dinauli Dongoran selaku teman kelompok praktik magang industri yang telah bekerja sama dengan baik serta teman-teman Program Studi Manajemen Agribisnis angkatan 57 atas kerja sama dan kebersamaan selama menempuh pendidikan di Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor.

Penulis menyadari bahwa dalam karya ilmiah ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, penulis mohon maaf atas segala kekurangan yang ada dan berharap masukan serta kritik yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang.

Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi para pembaca yang membutuhkan, serta dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi kemajuan ilmu pengetahuan. Akhir kata, semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Aamiin.

Bogor, Juli 2024

Muhammad Didan Saputra

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat	4
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Pemasaran	5
2.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	5
2.5 Peneletian Terdahulu	7
2.6 Kerangka Penelitian	10
III METODE	12
3.1 Lokasi dan Waktu	12
3.2 Data dan Sumber Data	12
3.3 Metode Analisis	12
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	19
4.1 Karagaan Perusahaan	19
4.2 Analisis Data	24
4.3 Uji Asumsi Klasik	26
4.4 Karakteristik Responden	28
4.5 Deskripsi Jawaban Responden	29
4.6 Hasil Uji Hipotesis	35
V SIMPULAN DAN SARAN	40
5.1 Simpulan	40
5.2 Saran	40
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN	43
RIWAYAT HIDUP	55



DAFTAR TABEL

1.1	Data penjualan sayuran hidroponik di Jawa Barat 2019-2021	1
1.2	Harga pesaing PT Sae Garden Hydrofarm Specialist	3
2.1	Penelitian terdahulu	7
4.1	Permintaan sayuran hidroponik di <i>supermarket</i>	21
4.2	Disribusi sayuran hidroponik 3 bulan PT Sae Garden Hydrofarm Specialist	22
4.3	Produk yang ditawarkan PT Sae Garden Hydrofarm Specialist	23
4.4	Harga produk yang ditawarkan PT Sae Garden Hydrofarm Specialist	24
4.5	Hasil uji validitas	25
4.6	Hasil uji reliabilitas	25
4.7	Hasil uji multikolinieritas	26
4.8	Hasil uji autokorelasi	28
4.9	Jawaban responden berdasarkan jenis kelamin	28
4.10	Jawaban responden berdasarkan usia	28
4.11	Jawaban responden berdasarkan pekerjaan	29
4.12	Jawaban responden berdasarkan pendapatan per bulan	29
4.13	Jawaban responden berdasarkan variabel produk	30
4.14	Jawaban responden berdasarkan variabel harga	31
4.15	Jawaban responden berdasarkan variabel saluran distribusi	32
4.16	Jawaban responden berdasarkan variabel promosi	33
4.17	Jawaban responden berdasarkan variabel tingkat penjualan	34
4.18	Hasil uji regresi linier berganda	35
4.19	Hasil uji (R^2)	37
4.20	Hasil uji F	37
4.21	Hasil uji T parsial	38

DAFTAR GAMBAR

1.1	Distribusi sayuran hidroponik Sae Garden Hydrofarm Specialist	2
2.1	Kerangka penelitian	10
4.1	Struktur organisasi Sae Garden Hydrofarm Specialist	19
4.2	Saluran distribusi Sae Garden Hydrofarm Specialist	22
4.3	Hasil uji normalitas	26
4.4	Uji heterokedastisitas	27

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR LAMPIRAN

1	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	44
2	Karakteristik responden berdasarkan usia	44
3	Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	44
4	Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir	45
5	Karakteristik responden berdasarkan pendapatan perbulan	45
6	Kuesioner jawaban responden berdasarkan produk (<i>product</i>)	45
7	Kuesioner jawaban responden berdasarkan harga (<i>price</i>)	47
8	Kuesioner jawaban responden berdasarkan saluran distribusi (<i>place</i>)	48
9	Kuesioner jawaban responden berdasarkan promosi (<i>promotion</i>)	49
10	Kuesioner jawaban responden berdasarkan tingkat penjualan	51
11	Hasil perhitungan SPSS berdasarkan ANOVA ^a	52
12	Hasil perhitungan SPSS berdasarkan Model Summary ^b	52
13	Hasil perhitungan SPSS berdasarkan Coefficients ^a	53
14	Dokumentasi kegiatan magang industri	53
15	Output yang dihasilkan penelitian ini	54

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.