

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SAYURAN HIDROPONIK DI PT ASABI

FALIA SALSABILASANI



**MANAJEMEN AGRIBISNIS
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**

@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

- 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.

Perpustakaan IPB University



@Hak cipta milik IPB University

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.



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

Saya menyatakan dengan ini bahwa proyek akhir berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sayuran Hidroponik di PT ASABI” merupakan hasil karya saya secara pribadi sebagai mahasiswi SV-IPB dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum pernah diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Seluruh informasi yang saya dapatkan bersumber atau dikutip dari karya penulis lain, baik yang telah dipublikasikan maupun yang belum dipublikasikan, telah tercantum secara jelas di dalam naskah serta dicantumkan pada daftar pustaka sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada umumnya.

Selanjutnya saya menyatakan bahwasan nya hak cipta dari karya tulis ini kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2026

Falia Salsabilasani
J1310211070



@Hak cipta milik IPB University

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.



ABSTRAK

FALIA SALSABILASANI. Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sayuran Hidroponik di PT ASABI. Dibimbing oleh HERMAWAN WANA.

PT ASABI merupakan perusahaan yang bergerak di bidang budidaya sayuran hidroponik. PT ASABI mengalami peningkatan penjualan setiap tahunnya, namun jumlah penjualan setiap bulannya masih berfluktuatif dan belum konsisten. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen diduga dipengaruhi oleh penilaian konsumen terhadap bauran pemasaran yang diterapkan perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan karakteristik responden sekaligus menganalisis pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis Structural Equation Modeling (SEM) dengan pendekatan Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel produk, harga, dan tempat (distribusi) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Variabel tempat atau distribusi merupakan faktor yang paling dominan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci: bauran pemasaran, hidroponik, keputusan pembelian, SEM-PLS

ABSTRACT

FALIA SALSABILASANI. The Effect of the Marketing Mix on Consumer Purchasing Decisions for Hydroponic Vegetables at PT ASABI. Supervised by HERMAWAN WANA.

PT ASABI is a company engaged in the cultivation of hydroponic vegetables. Although the company's annual sales have shown an increasing trend, monthly sales continue to fluctuate and have not yet stabilized. This condition indicates that consumers' purchasing decisions may be influenced by their perceptions of the company's marketing mix. This study aims to describe the characteristics of the respondents and to analyze the effect of the marketing mix on consumers' purchasing decisions. The study employed Structural Equation Modeling (SEM) with the Partial Least Squares (PLS) approach as the data analysis method. The results indicate that the product, price, and place (distribution) variables have a significant effect on consumers' purchasing decisions. Among these variables, place (distribution) is the most dominant factor influencing consumers' purchasing decisions.

Keywords: hydroponics, marketing mix, purchasing decisions, SEM-PLS



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.

© Hak Cipta Milik IPB, tahun 2026
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SAYURAN HIDROPONIK DI PT ASABI

FALIA SALSABILASANI

Laporan Proyek Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Manajemen Agribisnis

**MANAJEMEN AGRIBISNIS
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**

@Hak cipta milik IPB University

IPB University





@Hak cipta milik IPB University

IPBUniversity



IPB University
— Bogor Indonesia —

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.

Penguji pada Ujian Proyek Akhir: Ayutyas Sayekti, SE., M.Si.



Judul Proyek Akhir : Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan
Pembelian Konsumen Sayuran Hidroponik di PT ASABI
Nama : Falia Salsabilasani
NIM : J1310211070

@Hak cipta milik IPB University

Disetujui oleh

Pembimbing :

Ir. Hermawan Wana, M.Si.

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





@Hak cipta milik IPB University

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 penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proyek akhir yang berjudul "Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik di PT ASABI" sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan.

Penyusunan proyek akhir ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Ir. Hermawan Wana, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, memberikan bimbingan, arahan, masukan, dan motivasi kepada penulis selama proses penyusunan proyek akhir. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Ibu Ayutyas Sayekti, S.E., M.Si. selaku dosen penguji atas kritik, saran, dan masukan yang membangun sehingga proyek akhir ini menjadi lebih baik. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Ibu Intani Dewi, S.Pt., M.Sc., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Agribisnis Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor, serta seluruh dosen dan tenaga kependidikan Program Studi Manajemen Agribisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan, bimbingan, dan pelayanan akademik selama penulis menempuh pendidikan.

Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada seluruh jajaran manajemen dan karyawan PT ASABI yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan kegiatan magang. Kesempatan tersebut memberikan pengalaman, ilmu pengetahuan, bimbingan, serta wawasan yang sangat berharga dan menjadi salah satu bekal dalam proses penyusunan proyek akhir ini. Penulis menyadari bahwa proyek akhir ini masih memiliki berbagai keterbatasan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan sebagai bahan evaluasi dan penyempurnaan karya ilmiah ini. Penulis berharap proyek akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, menambah khazanah ilmu pengetahuan, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Bogor, Juli 2026

Falia Salsabilasani



@Hak cipta milik IPB University

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.



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xi
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat	4
II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Hortikultura dan Sayuran Hidroponik	6
2.2 Pemasaran dan Bauran Pemasaran	7
2.3 Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian	8
2.4 <i>Structural Equation Modeling</i> berbasis <i>Partial Least Squares</i>	9
2.5 Penelitian Terdahulu	9
2.6 Kerangka Pemikiran	10
2.7 Hipotesis	12
III METODE PENELITIAN	13
3.1 Lokasi dan Waktu	13
3.2 Teknik Pengumpulan Data dan Analisis Data	13
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	16
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	16
4.2 Karakteristik Konsumen	16
4.3 Persepsi Konsumen terhadap Bauran Pemasaran	20
4.4 Pengujian Path Model SEM-PLS	22
4.5 Pengujian <i>Outer Model</i>	23
4.6 Pengujian <i>Inner Model</i>	26
4.7 Implikasi Manajerial	28
V SIMPULAN DAN SARAN	30
5.1 Simpulan	30
5.2 Saran	30
DAFTAR PUSTAKA	31
LAMPIRAN	37
RIWAYAT HIDUP	43



DAFTAR TABEL

1 Jumlah produksi sayuran di Jawa Barat pada tahun (2023 - 2025)	1
2 Penelitian terdahulu	9
3 Definisi operasional variabel	14
4 Nilai <i>mean</i> persepsi konsumen terhadap bauran pemasaran	20
5 Nilai <i>loading factor</i> dan AVE	24
6 Nilai <i>composite reliability</i>	25
7 Nilai <i>fornell-larcker</i>	26
8 Nilai <i>R-square</i> dan <i>Adjusted R-square</i>	27
9 Nilai <i>path coefficients</i>	27

DAFTAR GAMBAR

1 Tren penjualan sayuran hidroponik PT ASABI tahun 2023–2025	2
2 Kerangka pemikiran penelitian	11
3 Model hubungan bauran pemasaran dengan keputusan pembelian	12
4 Logo PT ASABI	16
5 Karakteristik konsumen berdasarkan jenis kelamin	17
6 Karakteristik konsumen berdasarkan usia	17
7 Karakteristik konsumen berdasarkan domisili	18
8 Karakteristik konsumen berdasarkan pekerjaan	19
9 Karakteristik konsumen berdasarkan pendidikan	19
10 Karakteristik konsumen berdasarkan pendapatan	20
11 <i>Path Model</i> SEM-PLS	22

DAFTAR LAMPIRAN

1 Kuesioner penelitian	38
2 Produk sayuran PT ASABI	40
3 Proses produksi	40
4 Kunjungan Kepala Dinas Pendidikan Kabupaten Bogor	41
5 Kegiatan edufarm	42
6 Pendistribusian ke mitra	42
7 Konten edukasi di Instagram	42