

PENGARUH *MARKETING MIX 4P* TERHADAP *PURCHASE DECISION* PETANI PADA PUPUK ORGANIK JIMMY HANTU YANG DIMEDIASI OLEH *BRAND TRUST*

MUHAMMAD IHSAN ALMUNAWAR



**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

- 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 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 SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh *Marketing Mix 4P* terhadap *Purchase Decision* Petani pada Pupuk Organik Jimmy Hantu yang dimediasi oleh *Brand Trust*” 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 skripsi ini.

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

Bogor, Agustus Tahun 2025

Muhammad Ihsan Almunawar
H2401211058



ABSTRAK

MUHAMMAD IHSAN ALMUNAWAR. Pengaruh *Marketing Mix 4P* terhadap *Purchase Decision* Petani pada Pupuk Organik Jimmy Hantu yang dimediasi oleh *Brand Trust*. Dibimbing oleh MIMIN AMINAH.

Produk pupuk organik kini bersaing ketat dengan pupuk kimia karena menawarkan sejumlah keunggulan, seperti ramah lingkungan dan meningkatkan kesuburan tanah secara berkelanjutan. Keberhasilan penjualan pupuk organik dapat dianalisis melalui strategi pemasaran menggunakan *marketing mix 4P*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *product*, *price*, *promotion*, dan *place* terhadap *purchase decision* petani padi terhadap pupuk organik Jimmy Hantu, dengan *brand trust* sebagai variabel mediasi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Squares* (SEM-PLS), melibatkan 124 responden pelaku usaha tani di Pulau Jawa yang dipilih melalui metode *purposive* dan *voluntary sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *product*, *price*, dan *place* berpengaruh signifikan terhadap *purchase decision*. Sementara itu, *brand trust* terbukti memediasi secara parsial pengaruh variabel *product*, *price*, dan *place* terhadap *purchase decision*. Sebaliknya, variabel *promotion* tidak menunjukkan pengaruh signifikan, baik secara langsung maupun melalui mediasi *brand trust*.

Kata kunci: *Brand trust*, *marketing mix 4P*, *purchase decision*, SEM-PLS

ABSTRACT

MUHAMMAD IHSAN ALMUNAWAR. The Influence of the 4P Marketing Mix on Farmers' Purchase Decision of Jimmy Hantu Organic Fertilizer Mediated by Brand Trust. Supervised by MIMIN AMINAH.

Organic fertilizers are now in tight competition with chemical fertilizers due to several advantages, such as being environmentally friendly and improving soil fertility in a sustainable manner. The success of organic fertilizer sales can be analyzed through a marketing strategies using the 4P marketing mix. This study aims to examine the influence of product, price, promotion, and place on the purchase decision of rice farmers regarding Jimmy Hantu organic fertilizer, with brand trust as a mediating variable. A quantitative approach was applied using Structural Equation Modeling based on Partial Least Squares (SEM-PLS), involving 124 farming business actors across Java Island, selected through purposive and voluntary sampling methods. The results show that product, price, and place significantly influence purchase decision. Furthermore, brand trust partially mediates the effect of product, price, and place on purchase decision. In contrast, promotion does not show a significant effect, either directly or through brand trust as a mediating variable.

Keywords: Brand trust, marketing mix 4P, purchase decision, SEM-PLS



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025¹
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.

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.

PENGARUH *MARKETING MIX 4P* TERHADAP *PURCHASE DECISION* PETANI PADA PUPUK ORGANIK JIMMY HANTU YANG DIMEDIASI OLEH *BRAND TRUST*

MUHAMMAD IHSAN ALMUNAWAR

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Manajemen

**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@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.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

- 1 Hardiana Widyastuti, S.Hut., M.M.
- 2 Dr. Eko Ruddy Cahyadi, S.Hut., M.M.



@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.

Judul Skripsi : Pengaruh *Marketing Mix 4P* terhadap *Purchase Decision* Petani
pada Pupuk Organik Jimmy Hantu yang dimediasi oleh *Brand
Trust*

Nama : Muhammad Ihsan Almunawar
NIM : H2401211058

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Dr. Ir. Mimin Aminah, M.M.



Diketahui oleh

Ketua Departemen Manajemen
Dr. Eko Ruddy Cahyadi, S.Hut, M.M.
NIP. 197812132006041001



Tanggal Ujian:
19 Agustus 2025

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Februari 2025 sampai bulan Juni 2025 ini ialah mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian petani pada pupuk organik, dengan judul “Pengaruh *Marketing Mix 4P* terhadap *Purchase Decision* Petani pada Pupuk Organik Jimmy Hantu yang Dimediasi oleh *Brand Trust*”.

Penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih terhadap pihak-pihak yang terlibat dalam menyusun karya ilmiah ini yaitu:

1. Bapak Alfajri dan Ibu Siti Masruroh sebagai kedua orang tua penulis yang telah mendukung penuh dan mendoakan kelancaran serta kemudahan bagi penulis untuk menyelesaikan karya ilmiah ini.
2. Mas Tony, Mbak Annisa, Mbak Lia, dan Aida sebagai kakak dan adik penulis yang telah banyak memberikan tambahan semangat kepada penulis.
3. Ibu Dr. Ir. Mimin Aminah, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah banyak membimbing, mengarahkan, dan membantu penulis dalam menyusun serta menyelesaikan karya ilmiah ini hingga tuntas.
4. Seftianti Rajuwi yang telah menemani baik dalam keadaan suka maupun duka dan menjadi pendukung setia bagi penulis setiap saat.
5. Jadew Boys (Akbel, Kevin, Abrar, Akmal dan Sayid) & Pakuan Boys yang telah menjadi teman seperjuangan dari masa awal perkuliahan hingga di tahap ini. Terima kasih atas canda dan tawa yang selalu ada menyertai kontrakan kita.
6. Teman-teman Pinus dan Cuwit (Zeta, Mekky, Hadi, Haeqal, dan Ilmi) yang telah menerima dan memberikan kehangatan khususnya pada masa-masa awal perkuliahan.
7. Teman-teman Manajemen 58 yang telah menjadi teman seperjuangan penulis.
8. Dan FC Barcelona yang sangat menghibur penulis dengan penampilan ciamiknya khususnya pada musim 2024/2025 lalu.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Agustus 2025

Muhammad Ihsan Almunawar



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	i
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	5
1.4 Manfaat	5
1.5 Ruang Lingkup	5
II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Pupuk Organik	6
2.2 <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran)	6
2.3 <i>Brand Trust</i> (Kepercayaan Merek)	12
2.4 <i>Purchase Decision</i> (Keputusan Pembelian)	13
2.5 Penelitian Terdahulu	14
2.6 Model dan Hipotesis Penelitian	17
III METODE	19
3.1 Kerangka Pemikiran	19
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	21
3.2 Jenis dan Sumber Data	21
3.3 Metode Pengumpulan Data	21
3.4 Definisi Operasional	22
3.5 Metode Pengolahan dan Analisis Data	23
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	28
4.2 Karakteristik Responden	31
4.3 Karakteristik Pengguna Pupuk Jimmy Hantu	32
4.4 Analisis Deskriptif	33
4.5 Analisis SEM-PLS	38
4.6 Implikasi Manajerial	53
V SIMPULAN DAN SARAN	54
5.1 Simpulan	54
5.2 Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	62
RIWAYAT HIDUP	70



DAFTAR TABEL

1	Kondisi <i>existing marketing mix</i> merek-merek pupuk organik terkenal	10
2	Penelitian terdahulu	14
3	Definisi operasional	22
4	Hasil uji validitas	24
5	Hasil uji reliabilitas	25
6	Bobot nilai skala <i>likert</i>	25
7	Rentang skala <i>likert</i> penilaian persepsi	26
8	Kandungan dan manfaat pupuk jimmy hantu	29
9	Kondisi <i>existing</i> strategi <i>marketing mix</i> 4p Jimmy Hantu	30
10	Karakteristik responden	31
11	Karakteristik pengguna pupuk jimmy hantu	32
12	Analisis deskriptif variabel <i>product</i>	33
13	Analisis deskriptif variabel <i>price</i>	34
14	Analisis deskriptif variabel <i>promotion</i>	35
15	Analisis deskriptif variabel <i>place</i>	36
16	Analisis deskriptif variabel <i>brand trust</i>	37
17	Analisis deskriptif variabel <i>purchase decision</i>	38
18	Nilai <i>loading factor</i>	40
19	Nilai <i>average variance extracted</i> (AVE)	42
20	Nilai <i>cross loading</i>	42
21	Nilai <i>fornell-larcker criterion</i>	43
22	Nilai <i>heterotrait-monotrait ratio</i> (HTMT)	44
23	Nilai <i>cronbach's Alpha</i> dan <i>composite reliability</i>	44
24	Nilai <i>R-Square</i>	45
25	Nilai <i>path coefficient</i> dari hasil <i>bootstrapping</i>	46
26	Nilai <i>path coefficient</i> untuk <i>indirect effects</i>	50

DAFTAR GAMBAR

1	Merek - merek pupuk organik terkenal	6
2	Model penelitian	18
3	Bagan alir dari kerangka pikiran	20
4	Logo CV Mutiara Keraton Jimmy & Co Trans Bisnis Indonesia	29
5	Katalog produk pupuk jimmy hantu	30
6	Hasil pencarian produk menggunakan <i>google search</i>	36
7	<i>Outer model</i> sebelum <i>dropping</i>	39
8	<i>Outer model</i> setelah <i>dropping</i>	40
9	Hasil <i>bootstrapping</i>	46



DAFTAR LAMPIRAN

1	Surat izin penelitian dan pengumpulan data di CV Mutiara Keraton Jimmy & Co Trans Bisnis Indonesia	63
2	Kuesioner penelitian	64