

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA *ONLINE* PADA
PRODUK RUSBEEF GRILL HOUSE CIKARANG**

SKRIPSI



**Oleh
Mukhammad Rafsya Aditiya
NPM : 41185009190008**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM 45
BEKASI
2024**

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mukhammad Rafsya Aditiya
NPM : 41185009190008
Program Studi : Agribisnis
Fakultas : Pertanian

Dengan ini saya menyatakan bahwa penelitian yang berjudul "**Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Pada Produk Rusbeef Grill House Cikarang**" adalah hasil karya penulis sendiri dengan arahan dosen pembimbing dan belum pernah diajukan sebagai karya ilmiah pada perguruan tinggi atau lembaga manapun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya orang lain yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Bekasi, Mei 2024

Yang Membuat Pernyataan



M. Rafsya Aditiya

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan pada tanggal 07 April 2001 di Jakarta. Anak tunggal dari pasangan Bapak M. Sahroni dan Ibu Sairoh. Penulis menyelesaikan pendidikan Madrasah Ibtidaiyah (MI) Al-Imaroh Kecamatan Cikarang Barat Kabupaten Bekasi pada tahun 2013. Lulus dari Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 2 Cikarang Barat Kecamatan Cikarang Barat Kabupaten Bekasi pada tahun 2016 dan lulus dari Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Bekasi Kecamatan Cikarang Utara Kabupaten Bekasi Jurusan Ilmu Pengetahuan (IPA) pada tahun 2019. Sejak Tahun 2019 penulis terdaftar sebagai mahasiswa aktif pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam 45 Bekasi.

Selama menjadi mahasiswa, penulis pernah melakukan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. Dharma Guna Wibawa (DGW) Pasir Gombong, Kecamatan Cikarang Utara Kabupaten Bekasi, Jawa Barat pada tahun 2022. Penulis juga pernah melakukan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Kutamukti Kecamatan Kutawaluya Kabupaten Karawang, Jawa Barat pada tahun 2022.

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SECARA *ONLINE* PADA PRODUK RUSBEEF GRILL
HOUSE CIKARANG**

*The Influence of Marketing Mix on Online Purchasing Decisions on Rusbeef Grill
House Cikarang Products*

M. Rafsya Aditiya¹, Haris Budiyo², Esi Asyani Listyowati³

¹Mahasiswa Pembuat Skripsi, ²Pembimbing Pertama, ³Pembimbing Kedua
Fakultas Pertanian Universitas Islam 45 Bekasi
Jl. Cut Meutia No. 83 Bekasi 117113

ABSTRACT

Rusbeef Grill House is a culinary business with a home service concept that sells raw materials for grill meat and shabu, namely beef slices, chicken slices, sausages, dumpling, sauces, vegetables, and seasonings that have been prepared along with complete grill equipment rental. This study was aimed: (1) to know the effect of the marketing mix simultaneously on online purchasing decisions on Rusbeef Grill House Cikarang products, and (2) to know the effect of the marketing mix partially on online purchasing decisions on Rusbeef Grill House Cikarang products. This study used a survey method, 81 respondents filled in the questionnaires, Multiple Linear Regression Analysis as analytical tools executed by SPSS 26.0 software. The results of this study indicate that simultaneously, the variables of product, price, place, promotion, process, people, and physical evidence have a significant effect on online purchasing decisions. Partially the variables of product, price, place, promotion, process, and physical evidence have a significant effect on online purchasing decisions, while the people variable has no significant effect on online purchasing decisions.

Keywords: marketing mix, purchasing decision, and culinary

ABSTRAK

Rusbeef Grill House merupakan usaha di bidang kuliner dengan konsep *home service* yang menjual bahan baku untuk *grill* daging dan shabu yaitu *beef slice*, *chicken slice*, sosis, dumpling, saus, sayuran, dan bumbu yang sudah disiapkan beserta penyewaan alat *grill* lengkap. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Mengetahui pengaruh bauran pemasaran secara simultan terhadap keputusan pembelian secara *online* pada produk Rusbeef Grill House Cikarang, dan (2) Mengetahui pengaruh bauran pemasaran secara parsial terhadap keputusan pembelian secara *online* pada produk Rusbeef Grill House Cikarang. Penelitian ini menggunakan metode survei, 81 responden mengisi kuesioner, Analisis Regresi Linear Berganda sebagai alat analisis yang dijalankan dengan *software SPSS 26.0*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel produk, harga, tempat, promosi, proses, orang, dan bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online*. Secara parsial variabel produk, harga, tempat, promosi, proses, dan bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online*, sedangkan variabel orang tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online*.

Kata kunci: bauran pemasaran, keputusan pembelian, kuliner

RINGKASAN

Mukhammad Rafsya Aditiya (41185009190008). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Pada Produk Rusbeef Grill House Cikarang. Dibawah bimbingan **Dr. Haris Budiyo, Ir., M.T.** dan **Esi Asyani Listiyowati, S.P., M.Sc.**

Rusbeef Grill House merupakan usaha di bidang kuliner dengan konsep *home service* yang menjual bahan baku untuk *grill* daging dan shabu yaitu *beef slice*, *chicken slice*, sosis, dumpling, saus, sayuran, dan bumbu yang sudah disiapkan beserta penyewaan alat *grill* lengkap. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Mengetahui pengaruh bauran pemasaran secara simultan terhadap keputusan pembelian secara *online* pada produk Rusbeef Grill House Cikarang, dan (2) Mengetahui pengaruh bauran pemasaran secara parsial terhadap keputusan pembelian secara *online* pada produk Rusbeef Grill House Cikarang.

Penelitian ini menggunakan metode survei dan alat analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Berganda dengan menggunakan bantuan *software SPSS 26.0*. Responden dalam penelitian ini berjumlah 81 orang. Data yang digunakan adalah data primer berupa kuesioner (*google form*) yang berisi pertanyaan mengenai karakteristik konsumen, bauran pemasaran (produk, harga, tempat, promosi, proses, orang, dan bukti fisik) dan keputusan pembelian ditujukan untuk konsumen yang melakukan pembelian secara *online* pada produk Rusbeef Grill House Cikarang.

Berdasarkan hasil penelitian karakteristik umum konsumen Rusbeef Grill House Cikarang berdasarkan jenis kelamin yaitu perempuan sebanyak 55,6%, usia 19-24 tahun sebanyak 67,9%, pendidikan terakhir SMA sebanyak 54,3%, pekerjaan terbanyak yaitu karyawan swasta sebanyak 50,6%, berdasarkan domisili terbanyak yaitu Cikarang Pusat sebanyak 61,7%, berdasarkan status pernikahan terbanyak yaitu belum menikah sebanyak 76,5%, dan berdasarkan pendapatan terbesar yaitu Rp >4.000.000 sebanyak 48,1%. Secara simultan variabel produk, harga, tempat, promosi, proses, orang, dan bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online*. Secara parsial variabel produk, harga, tempat, promosi, proses, dan bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online*, sedangkan variabel orang tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara *online*.

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Pada Produk Rusbeef Grill House Cikarang

Nama : Mukhammad Rafsya Aditiya

NPM : 41185009190008

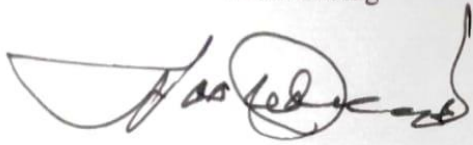
Program Studi : Agribisnis

Telah Diuji dalam Sidang Komprehensif
Pada Tanggal 14 Maret 2024

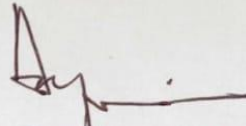
Menyetujui dan Mengesahkan,

Pembimbing

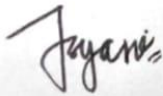
Penguji



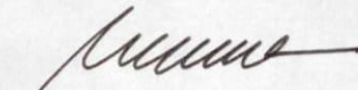
Dr. Haris Budiyo, Ir., M.T.
Pembimbing I dan Penguji



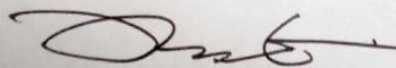
Dr. Nana Danapriatna, Ir., M.P.
Penguji I



Esi Asvani Listyowati, S.P., M.Sc.
Pembimbing II dan Penguji



Ahya Kamilah, Ir., M.Si.
Penguji II



M. Ikhwan Rahmanto, S.TP., M.Si.
Penguji III

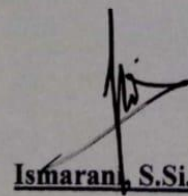
Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian

Ketua Program Studi Agribisnis



Ahya Kamilah, Ir., M.Si.



Ismaran, S.Si., M.Si.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Secara *Online* Pada Produk Rusbeef Grill House Cikarang”**.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu tugas akhir sebagai satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan dan memperoleh gelar sarjana pertanian pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam 45 Bekasi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin dapat diselesaikan tanpa adanya doa, dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasihat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Ahya Kamilah, Ir., M.Si., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Islam 45 Bekasi dan selaku Dosen Pembimbing Akademik Fakultas Pertanian Program Studi Agribisnis Angkatan 2019.
2. Ibu Ismarani, S.Si., M.Si., selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam 45 Bekasi.
3. Bapak Dr. Haris Budiyo, Ir., M.T., selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Esi Asyani Listyowati, S.P., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing penyusunan skripsi ini.
5. Dosen, Staff Tata Usaha, dan Civitas Akademika Fakultas Pertanian Universitas Islam 45 Bekasi yang telah memberikan motivasi selama proses kuliah.
6. Kedua orang tua, serta keluarga besar yang telah mendidik, mendoakan dan membesarkan penulis hingga seperti saat ini.
7. Mas Hamzah, selaku Pengelola “Rusbeef Grill House Cikarang” yang telah mengizinkan dan memberikan informasi pada penulis dalam melakukan penelitian di tempat usaha miliknya.
8. Bang Bayhaki yang telah memberikan dukungan berupa moril dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.

9. Teman-teman Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam 45 Bekasi khususnya Angkatan 2019 yang telah memberikan doa, motivasi, bantuan, saran, dan kerja samanya.
10. Aprilliana Eka Putri yang telah memberikan doa, motivasi, dan *support* kepada penulis untuk selalu bersemangat dalam menjalankan dan menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman-teman WARUNG SARJA khususnya Andhika, Yusuf, Aldi, dan Aji yang telah memberikan *support* dan doa kepada penulis untuk selalu bersemangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk penulisan selanjutnya. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembacanya.

Bekasi, Mei 2024

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERNYATAAN	iii
RIWAYAT HIDUP.....	v
ABSTRAK	vii
RINGKASAN	ix
LEMBAR PENGESAHAN	xiii
KATA PENGANTAR	xv
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL.....	xxi
DAFTAR GAMBAR	xxiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Sistem Agribisnis	9
2.2 Usaha Pengolahan Daging	10
2.3 Perdagangan Elektronik (<i>E-Commerce</i>).....	11
2.4 Bauran Pemasaran	13
2.5 Perilaku Konsumen	16
2.6 Keputusan Pembelian.....	16
2.7 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen	17
2.8 Penelitian Terdahulu	19
2.9 Kerangka Pemikiran.....	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Metode Penelitian.....	23
3.2 Objek dan Lokasi Penelitian	23
3.3 Populasi dan Sampel	23
3.4 Operasional Variabel.....	25
3.4.1 Variabel Independen atau Variabel Bebas (X)	25

3.4.2 Variabel Dependen atau Variabel Terikat (Y)	26
3.5 Data dan Sumber Data	27
3.6 Analisis Data.....	27
3.6.1 Analisis Deskriptif	27
3.6.2 Skala Likert	27
3.6.3 Pengujian Instrumen.....	28
3.6.4 Uji Asumsi Klasik	30
3.6.5 Analisis Regresi Linier Berganda	31
3.6.6 Uji Signifikan Secara Simultan (Uji F).....	32
3.6.7 Uji Signifikan Secara Parsial (Uji t).....	33
3.7 Jadwal Penelitian	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Gambaran Umum Rusbeef Grill House.....	35
4.1.1 Sejarah Rusbeef Grill House	35
4.1.2 Tempat dan Fasilitas Rusbeef Grill House.....	36
4.1.3 Struktur Organisasi Rusbeef Grill House.....	36
4.1.4 Kegiatan Operasional Rusbeef Grill House	37
4.2 Karakteristik Responden.....	38
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	39
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	39
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	41
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan	41
4.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	42
4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	43
4.4 Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian secara <i>Online</i>	46
4.5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	46
4.6 Pengaruh Bauran Pemasaran secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian Secara <i>Online</i>	48
4.7 Pengaruh Bauran Pemasaran secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian Secara <i>Online</i>	49
4.7.1 Rekapitulasi Hasil Kuesioner	50

4.7.2 Pengaruh Variabel Produk terhadap Keputusan Pembelian Secara <i>Online</i>	52
4.7.3 Pengaruh Variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian secara <i>Online</i>	52
4.7.4 Pengaruh Variabel Tempat terhadap Keputusan Pembelian secara <i>Online</i>	53
4.7.5 Pengaruh Variabel Promosi terhadap Keputusan Pembelian secara <i>Online</i>	54
4.7.6 Pengaruh Variabel Proses terhadap Keputusan Pembelian secara <i>Online</i>	54
4.7.7 Pengaruh Variabel Orang terhadap Keputusan Pembelian secara <i>Online</i>	55
4.7.8 Pengaruh Variabel Bukti Fisik terhadap Keputusan Pembelian secara <i>Online</i>	55
4.8 Implikasi Manajerial	56
BAB V SIMPULAN	59
5.1 Simpulan.....	59
5.2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	61

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah Usaha Restoran, Rumah Makan, dan Cafe di Kabupaten Bekasi.....	2
Tabel 2. Persentase Usaha <i>E-Commerce</i> Menurut Jenis Barang/Jasa Yang Dijual di Indonesia Tahun 2023	3
Tabel 3. Operasional Variabel Independen/Bebas (X)	25
Tabel 4. Operasional Variabel Dependen/Terikat (Y)	26
Tabel 5. Hasil Uji Validitas.....	28
Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas.....	30
Tabel 7. Jadwal Penelitian.....	33
Tabel 8. Jenis Kelamin Responden Rusbeef Grill House	38
Tabel 9. Usia Responden Rusbeef Grill House.....	39
Tabel 10. Pendidikan Terakhir Responden Rusbeef Grill House	40
Tabel 11. Pekerjaan Responden Rusbeef Grill House	40
Tabel 12. Domisili Responden Rusbeef Grill House	41
Tabel 13. Status Pernikahan Responden Rusbeef Grill House	42
Tabel 14. Pendapatan Responden Rusbeef Grill House.....	42
Tabel 15. Hasil Uji Multikolinearitas	44
Tabel 16. Hasil Uji Autokorelasi	45
Tabel 17. Koefisien Determinasi.....	46
Tabel 18. Hasil Uji Regresi Berganda.....	46
Tabel 19. Hasil Uji Simultan.....	48
Tabel 20. Hasil Uji Parsial	49
Tabel 21. Tabulasi Hasil Kuesioner	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Penjualan Rusbeef Grill House Tahun 2023	5
Gambar 2. Sistem Agribisnis	10
Gambar 3. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	17
Gambar 4. Kerangka Pemikiran Penelitian	22
Gambar 5. Struktur Organisasi Rusbeef Grill House.....	36
Gambar 6. Grafik <i>Normal P-Plot</i>	43
Gambar 7. Grafik <i>Scatter Plot</i>	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	67
Lampiran 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	73
Lampiran 3. Karakteristik Responden.....	79
Lampiran 4. Hasil Uji Asumsi Klasik	81
Lampiran 5. Analisis Regresi Linier Berganda.....	83
Lampiran 6. <i>Instagram</i> Rusbeef Grill House	85
Lampiran 7. Daftar Menu Rusbeef Grill House.....	87
Lampiran 8. Lokasi Rusbeef Grill House	89

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE PADA PRODUK RUSBEEF GRILL HOUSE CIKARANG

ORIGINALITY REPORT

29% SIMILARITY INDEX	27% INTERNET SOURCES	20% PUBLICATIONS	16% STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	----------------------------	------------------------------

PRIMARY SOURCES

1	repository.ub.ac.id Internet Source	3%
2	Submitted to Udayana University Student Paper	1%
3	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1%
4	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	1%
5	eprints.ukmc.ac.id Internet Source	1%
6	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	1%
7	eprint.stieww.ac.id Internet Source	1%
8	www.slideshare.net Internet Source	1%

repository.radenintan.ac.id