

**PENGARUH *MARKETING MIX* (7P) TERHADAP LOYALITAS
MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PRODUK SAYURAN
ORGANIK DI KEBONAN MAS UNTUNG**



LUTHFIAH AMALIA RAHMAH

**PROGRAM STUDI AGRIBINIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARBARU**

2025

**PENGARUH *MARKETING MIX* (7P) TERHADAP LOYALITAS
MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PRODUK SAYURAN
ORGANIK DI KEBONAN MAS UNTUNG**

Oleh

LUTHFIAH AMALIA RAHMAH

2010514220032

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Pertanian pada
Fakultas Pertanian Universitas Lambung Mangkurat

**PROGRAM STUDI AGRIBINIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARBARU**

2025

RINGKASAN

LUTHFIAH AMALIA RAHMAH. Pengaruh Marketing Mix terhadap Loyalitas melalui kepuasan konsumen sayuran organik di kota banjarbaru, di bawah bimbingan Rifiana dan Karimal Arum Shafriani.

Penelitian ini bertujuan (1) Mengidentifikasi karakteristik konsumen sayuran organik di Kebonan Mas Untung. (2) Menganalisis pengaruh bauran pemasaran terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen pada produk sayuran organik di Kebonan Mas Untung. (3) Merumuskan implikasi manajerial dalam peningkatan kepuasan dan loyalitas konsumen Sayuran organik pengambilan sampel dilakukan dengan metode non-probability sampling dengan teknik *accidental sampling*. Sumber data merupakan data primer dan sekunder, data primer diperoleh dari kuesioner dengan jumlah indikator sebanyak 22 dan menggunakan skala likert 1-5. Sampel yang digunakan berjumlah 81 responden yang ditentukan dengan kriteia (1) Sudah pernah membeli sayuran organik minimal 1 kali (2) sudah berusia diatas 17 tahun. Metode analisis data yang digunakan adalah metode *Structural Equation Modeling – Partial Least Square* (SEM-PLS)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden berusia 25-34 tahun, didominasi oleh perempuan sebanyak 70% dengan pekerjaan sebagai ibu rumah tangga. Hasil analisis SEM-PLS menunjukkan bahwa bauran pemasaran tidak semua variabel berpengaruh signifikan, hanya variabel *place*, dan *people* yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan kepuasan konsumen sangat berpengaruh terhadap loyalitas konsumen secara signifikan.

Pada penelitian ini Implikasi manajerial pada hasil dari bauran pemasaran perlu dilakukan, meskipun beberapa variabel lainnya tidak berpengaruh signifikan, tetap perlu diberikan perhatian dalam praktik manajerial sebagai bentuk penguatan strategi secara menyeluruh. Pada variabel *place*, perusahaan perlu mempertahankan dan mengoptimalkan pemanfaatan lokasi strategis ini. Serta melalui penataan area yang menarik yang memberikan suasana yang baik dan nyaman selama berbelanja. Pada variabel *people*, dapat disimpulkan bahwa penampilan dan sikap karyawan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Namun, Kebonan Mas Untung tetap perlu meningkatkan kualitas karyawan, baik dari segi penampilan dengan

disiplin dalam mengenakan seragam. Kemudian dari segi sikap tetap harus dipertahankan, termasuk pengetahuan, dan kemampuan komunikasi.

Kata kunci: Bauran Pemasaran, Kepuasan, Loyalitas, *Structural Equation Modeling*

Judul : Pengaruh *Marketing Mix* (7P) Terhadap Loyalitas Melalui
Kepuasan Konsumen Produk Sayuran Organik Di
Kebonan Mas Untung
Nama : Luthfiah Amalia Rahmah
NIM : 2010514220032
Program Studi : Agribisnis

Menyetujui Tim Pembimbing :

Anggota,



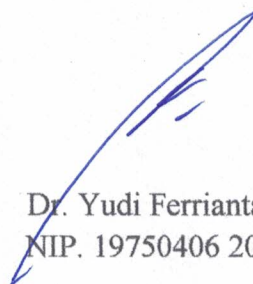
Karimal Arum Shafriani, S.P., M.P
NIP. 19920817 201903 2 024

Ketua,



Rifiana, S.P., M.P
NIP. 19790919 200501 2 004

Diketahui oleh :
Ketua Jurusan Agribisnis,



Dr. Yudi Ferrianta, S.P., M.P
NIP. 19750406 200003 1 001

Tanggal lulus : 4 Juli 2025

SERTIFIKAT

Nomor : *Geo* /UN8.1.23/SP/2025

Sertifikat ini diberikan kepada:

LUTHFIAH AMALIA RAHMAH

NIM

: 2010514220032

Jurusan

: Sosial Ekonomi Pertanian

Fakultas

: Pertanian

Telah dilakukan pengecekan uji kemiripan Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa dengan indeks sebesar:

13%

Banjarbaru, 15 Juli 2025

a.n. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik,



Dr. Ir. Ika Sumantri, S.Pt., M.Si., M.Sc., IPM. *9*

NIP. 197308071998031003

RIWAYAT HIDUP



Luthfiah Amalia Rahmah, anak kedua dari dua bersaudara, keluarga Bapak Santoso dan Ibu Rohilda. Lahir pada tanggal 1 Maret 2002 di Kota Sampit. Menempuh pendidikan dasar di SDS I Teguh Sempurna, lulusan pada tahun 2014. Pada tahun 2014 melanjutkan pendidikan di SMP N 1 Sampit, lulus pada tahun 2017. Kemudian melanjutkan pendidikan di MAN Kotawaringin Timur lulus pada tahun 2020. Pada tahun 2020 melanjutkan pendidikan untuk Strata 1 (S1) pada program studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, di Universitas Lambung Mangkurat melalui jalur SBMPTN.

Pada tahun 2021 selama 6 bulan mengikuti program magang Tunas Himasep, dan tahun 2022 menjadi pengurus Himasep sebagai anggota departemen 5, bidang kemitraan.

Penulis mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Wonorejo, kecamatan Kusan Hulu, kabupaten Tanah Bumbu, Kalimantan Selatan pada tanggal 24 Juli sampai 22 Agustus 2023. Pada bulan Oktober 2024 penulis memulai penelitian dengan judul Pengaruh Marketing Mix (7P) Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Sayuran Organik Di Kebonan Mas Untung di kota Banjarbaru. Penelitian dilakukan pada bulan Oktober 2024 hingga Juni 2025 disusul dengan tahap penulisan hasil skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan jenjang Pendidikan Strata 1 (S1) pada Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lambung Mangkurat

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat dan hidayah-Nya. Saya juga ucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang terlibat dalam perjalanan studi di program studi Agribisnis Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian hingga terselesaikannya penelitian ini, khususnya kepada:

1. Ibu Rifiana, S.P., M.P. selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Karimal Arum Shafriani, S.P, M.P. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, nasehat, motivasi dan ilmu pengetahuan yang tidak ternilai harganya sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
2. Bapak Dr. Agr Ahmad Yousuf kurniawan, S.P, M.P. selaku Dosen Penguji Tamu I dan Ibu Mira yulianti S.P., M.P. selaku Dosen Penguji Tamu II yang telah memberikan saran dan masukan untuk penyempurnaan dalam penelitian ini.
3. Seluruh Staf Dosen dan Karyawan Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan motivasi selama perkuliahan.
4. Kedua orang tua saya (Santoso dan Rohilda), kakak saya (Lathifah Alfi Rahmah) yang selalu memberikan dukungan, doa yang tak terhingga, cinta, kasih sayang dan segalanya yang tidak mampu saya perhitungkan.
5. Bapak Dr. Untung Santoso S.Si., M.S. sebagai pemilik dari Kebonan Mas Untung dan para karyawan yang telah membantu dan memberikan wawasan serta pengalaman selama melakukan penelitian ini.
6. Seluruh teman-teman organisasi, KKN, dan sahabat -sahabat saya yang selalu menemani dan memberikan dukungan dalam menempuh pendidikan selama ini.
7. Dan yang terakhir terima kasih kepada diri saya sendiri atas semua usaha, ketekunan, dan komitmen dalam proses penyusunan skripsi ini.

Banjarbaru, 4 Juli 2025

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Rumusan Masalah	6
Tujuan Penelitian.....	6
Kegunaan Penelitian.....	6
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
Sayuran.....	8
Sayuran Organik.....	8
Pemasaran.....	9
Bauran Pemasaran	9
Perilaku Konsumen	11
Kepuasan Konsumen.....	12
Loyalitas Konsumen.....	12
<i>Structural Equation Model (SEM)</i>	13
Hipotesis.....	15
Penelitian Terdahulu	15
Kerangka Pemikiran.....	16
METODE PENELITIAN.....	18
Tempat dan Waktu Penelitian	18
Jenis dan Sumber Data	18

Metode Penarikan Contoh	18
Variabel Penelitian	19
Definisi Operasional.....	21
Analisis Data	24
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	31
Karakteristik responden.....	31
Pengaruh <i>Marketing Mix</i> (7P).....	33
Implikasi Manajerial.....	43
KESIMPULAN DAN SARAN.....	46
Kesimpulan.....	46
Saran.....	47
DAFTAR PUSTAKA	49

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Variabel laten eksogen dan endogen beserta indikatornya	20
2. Kriteria evaluasi model pengukuran	29
3. Kriteria evaluasi model struktural.....	29
4. Karakteristik responden berdasarkan usia.....	31
5. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	32
7. Evaluasi <i>loading factor</i> model pengukuran	35
8. Hasi modifikasi pada evaluasi <i>loading factor</i>	36
9. Evaulasi <i>dicriminan validity</i> model pengukuran.....	37
10. Laten reliabilitas dan validitas	38
11. Nilai <i>path coefficient</i> dan <i>p-value</i>	40
12. Evaluasi model struktural (<i>inner model</i>).....	40
13. Evaluasi model struktural <i>effect size</i>	41
14. Pengujian Hipotesis.....	42

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
1. Jumlah produksi sayuran organik di Indonesia (2023)	2
2. Kerangka pemikiran	17
3. Model diagram jalur	28
4. Nilai <i>loading factor</i>	34
5. <i>Path coefficient</i> dan p-value	39
6. Waawancara dengan responden Bapak Faras	60
7. Dokumentasi setelah melakukan wawancara dengan ibu Okta	60
8. Sayuran organik di kebonan mas untung	61
9. Tata letak penyusunan barang kebonan mas untung.....	62
10. Tempat pembayaran (kasir).....	63
11. Fasilitas parkir dan toilet	64

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. Identitas responden.....	53
2. <i>Score</i> per indikator	56
3. Dokumentasi pengambilan data	60
4. Keadaan toko kebonan mas untung.....	61