HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA FRANCHISE MINUMAN SUDUTLAGI DI KABUPATEN PINRANG

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian Pada Program Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian, Peternakan dan Perikanan
Universitas Muhammadiyah Parepare

IFA NURASYKIN

220 170 023

Telah diperiksa dan disetujui,

Pada tanggal:

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr.Nurhapsa, S.P., M.Si	Irninthya Nanda Pratami Irwan S.E., M.Agr
NBM. 938319	NBM. 130771

Mengetahui,

Dekan FAPETRIK UMPAR	Kaprodi
Dr. Sukmawati, S.P.,M.P	Irninthya Nanda Pratami Irwan S.E., M.Agr
NBM. 1175442	NBM. 130771

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN, PETERNAKAN DAN PERIKANAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PAREPARE
PAREPARE
2024

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA FRANCHISE MINUMAN SUDUTLAGI DI KABUPATEN PINRANG

IFA NURASYKIN
220170023

SKRIPSI

Telah Diperiksa dan Disetujui Oleh :

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Nurhapsa, S.P.,M.Si	Irninthya Nanda Pratami Irwan, S.E.,M.Agr
NBM. 938319	NBM. 1300771

Mengetahui

Dekan Fakultas Pertanian, Peternakan, dan Perikanan	Ketua Program Studi Agribinis
Dr. Sukmawati, S.P.,M.P	Irninthya Nanda Pratami Irwan,S.E.,M.Agr
NBM. 1175442	NBM. 1300771

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

Isi Skripsi Ini Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Pada Tanggal: 21 Februari 2024

Susunan Dewan Penguji:

	Tanda Tangan
Ketua	
Dr. Nurhapsa, S.P.,M.Si **NBM. 938319**	
Anggota I	
Irninthya Nanda Pratami Irwan, S.E.,M.Agr **NBM. 1300771**	
Anggota II	
Dr. Ir. Muh. Ikbal Putera, M.Si **NBM. 862924**	
Anggota III	
Abd. Rahim, S.P., M.P **NBM. 1463077**	

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Pertanian

Tanggal:

Dekan Fakultas Pertanian, Peternakan dan Perikanan

Dr. Sukmawati, S.P.,M.P
NBM. 1175442

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ifa Nurasykin

Nomor Induk Mahasiswa : 220170023

Program Studi : Agribisnis

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul "Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Franchise Minuman Sudutlagi di Kabupaten Pinrang" adalah benar-benar hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli dari saya sendiri, bukan merupakan pengambilan alihan sebagai atau keseluruhan tulisan atau pemikiran orang lain semua sumber data dan informasi telah jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut

Parepare, 22 Februari 2024

Yang membuat pernyataan



Ifa Nurasykin

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Franchise Minuman Sudut Lagi Di Kabupaten Pinrang”. Dalam penyusunan Hasil Penelitian banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, oleh sebab itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua saya yakni ayahanda Fastmin dan ibunda Ani dan juga segenap keluarga besar yang turut membantu dan mendukung baik secara langsung maupun tidak langsung.
2. Bapak Prof. Dr. H. Jamaluddin Ahmad selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Parepare
3. Ibu Dr. Sukmawati, S.P., M.Si selaku dekan Fakultas Pertanian, Peternakan, dan Perikanan. Wakil Dekan I Bapak Suherman, S.P., M.Si, Ibu Intan Dwi Novieta, S.P., M.Si selaku Wakil Dekan II dan Bapak Edi Kurniawan, S.P., M.Si selaku Wakil Dekan III
4. Ibu Dr. Nurhapsa, S.P., M. Si., selaku pembimbing I yang selalu meluangkan waktu memberikan bimbingan dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan hasil penelitian ini.
5. Ibu Irninthya Nanda Pratami Irwan, S.E., M.Agr., selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Peternakan dan Perikanan Univesitas Muhammadiyah Parepare sekaligus

Pembimbing II yang selalu meluangkan waktu memberikan bimbingan dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan hasil penelitian ini.

6. Dosen- Dosen Fakultas Pertanian, Dan Perikanan Terkhususnya dosen-dosen matakulaih program studi Agribisnis yang sudah memvberikan ilmu dan pengalamannya selama penulis berkuliah di Universitas Muhammadiyah Parepare.
7. Staf dan Pegawai yang ada di Fakultas Pertanian, Peternakan dan Perikanan khususnya kak Anna, dan Kak Irda yang selalu melayani dan memberikan arahan dalam urusan di Fakultas.
8. Owner dari Sudutlagi yakni kak Richy Adnan dan Kak Rafzanjani yang telah mengizinkan saya melakukan penelitian di Sudutlagi. Selain itu juga membimbing dan memberikan informasi yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan penulis.
9. Teman-teman seperjuangan Agribisnis angkatan 2020 yang awalnya kita hanyalah orang asing hingga akhirnya kita menjadi keluarga. Akan menjadi suatu hal yang dapat penulis kenang bahwa kita pernah merasakan pahit dan manisnya selama berkulaih dan semoga kita masih bisa dipertemukan lagi dalam keadaan yang lebih baik. Terimakasih banyka
10. Dan untuk teman penulis yaitu Fatya yang selama ini selalu membantu penulis sekaligus menjadi support system yang selalu

ada di setiap penulis membutuhkan sesuatu terutama dalam mengerjakan skripsi ini.

11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang selalu mendukung dan membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Parepare, 18 Februari 2024



Penulis

ABSTRAK

Ifa Nurasykin (220170023). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Franchise Minuman Sudutlagi Di Kabupaten Pinrang. Dibawah bimbingan **Nurhapsa** dan **Irninthya Nanda Pratami Irwan.**

Franchise minuman "Sudulagi" adalah salah satu pemain utama dalam industri ini, dengan jaringan gerai yang tersebar di berbagai wilayah. Mereka menawarkan beragam minuman segar, seperti kopi, teh, minuman buah, dan camilan yang sangat variatif. Hal ini membuat "Sudutlagi" menjadi salah satu destinasi favorit bagi konsumen yang mencari minuman yang enak dan segar. Tujuan penelitian ini adalah : 1) Untuk mengetahui kualitas produk, harga, tempat dan promosi secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen pada franchise minuman Sudutlagi di Kabupaten Pinrang. 2) Untuk mengetahui kualitas produk, harga, tempat dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada franchise minuman Sudutlagi di Kabupaten Pinrang. Metode penentuan sampel menggunakan *(purposive sampling)* dengan pertimbangan dan kriteria tertentu. Adapun metode pengumpulan data pada penelitian ini yakni, observasi, kuesioner dan dokumentasi. Pengujian instrument yang dilakukan dengan menguji validasi dan realibitas yang mengunnakan program SPSS versi 25 dan di analisis dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Sehingga hasil penelitian menunjukkan marketing mix terhadap keputusan pembelian konsumen di franchise minuman sudutlagi yang terdiri dari variabel produk, tempat, harga, dan promosi berpengaruh signifikan secara parsial dan variabel marketing mix secara simultan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada franchise minuman sudutlagi.

Kata Kunci : ***Marketing Mix, Keputusan Pembelian, Franchise dan Sudutlagi*****.**

ABSTRACT

Ifa Nurasykin (220170023). The Influence of Marketing Mix on Consumer Purchasing Decisions in the Sudutlagi Beverage Franchise in Pinrang Regency. Under the guidance of **Nurhapsa** and **Irninthya Nanda Pratami Irwan.**

The "Sudutlagi" beverage franchise is one of the main players in this industry, with a network of outlets spread across various regions. They offer a variety of fresh drinks, such as coffee, tea, fruit drinks and very varied snacks. This makes "Sudutlagi" a favorite destination for consumers who are looking for delicious and fresh drinks. The objectives of this research are: 1) To determine product quality, price, place and promotion partially on consumer purchasing decisions at the Sudutlagi beverage franchise in Pinrang Regency. 2) To find out product quality, price, place and promotion simultaneously on consumer purchasing decisions at the Sudutlagi beverage franchise in Pinrang Regency. The sample determination method uses (purposive sampling) with certain considerations and criteria. The data collection methods in this research are observation, questionnaires and documentation. Instrument testing was carried out by testing validation and reality using the SPSS version 25 program and analyzed using multiple linear regression analysis techniques. So the research results show that the marketing mix on consumer purchasing decisions at the Sudutlagi beverage franchise which consists of the variables Product, Place, Price and Promotion have a significant partial effect and the marketing mix variables simultaneously have an influence on Consumer Purchase Decisions at the Sudutlagi Drinks Franchise.

Keywords: Marketing Mix, Purchasing Decisions, Franchise and Sudutlagi.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN ..... **ii**

HALAMAN PENGESAHAN ..... **iii**

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI ..... **iv**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI ..... **v**

KATA PENGANTAR ..... **vi**

ABSTRAK ..... **ix**

ABSTRACT ..... **x**

DAFTAR ISI ..... **xi**

DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**

DAFTAR TABEL ..... **xiii**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xv**

BAB I. PENDAHULUAN 1

1.1. Latar Belakang 1

1.2. Rumusan Masalah 4

1.3. Tujuan Penelitian 4

1.4. Manfaat Penelitian 5

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA **6**

2.1. Penelitian Terdahulu 6

2.2. UMKM 11

2.3. Franchise 12

2.4. Manajemen Pemasaran 14

2.5. Strategi Pemasaran 15

2.6. Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 17

2.7. Keputusan Pembelian 19

BAB III. KERANGKA PIKIR **22**

3.1. Kerangka Pikir 22
3.2. Hipotesis Penelitian 23
BAB IV. METODE PENELITIAN 25
4.1. Tempat dan Waktu Penelitian 25
4.2. Populasi Dan Sampel 25
4.3. Jenis dan Sumber Data 26
4.4. Teknik Pengumpulan Data 27
4.5. Analisis Data 29
4.6. Definisi Operasional 31
BAB V. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN 33
5.1. Profil UMKM Franchise Sudutlagi 33
5.2. Visi dan Misi Sudutlagi 34
5.3. Struktur Organisasi Sudutlagi 35
BAB VI. HASIL DAN PEMBAHASAN 36
6.1. Identitas Responden 36
6.2. Hasil Instrumen 40
6.3. Pengujian Asumsi Klasik 43
6.4. Analisis Regresi Linear Berganda 47
6.5. Pengujian Hipotesis 49
6.6. Pembahasan Hasil Penelitian 53
BAB VII. PENUTUP 59
7.1 Kesimpulan 59
7.2. Saran 59
DAFTAR PUSTAKA 60
LAMPIRAN 64
RIWAYAT HIDUP 94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pikir 23

Gambar 2. Struktur Organisasi 35

Gambar 3. Normal P-P Plot Standardized Residual 44

Gambar 4. Scatterplot.....46

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 36

Tabel 1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur 37

Tabel 1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir 38

Tabel 1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 39

Tabel 1.5. Uji Validitas Instrumen 41

Tabel 1.6. Uji Reliabilitas Instrumen 43

Tabel 1.7. Uji Klomogorov – Smirnov 44

Tabel 1.8. Uji Multikolinieritas 45

Tabel 1.9. Output Regresi Linear Berganda 47

Tabel 1.10. Output Hasil Uji T 50

Tabel 1.11. Hasil Uji F 51

Tabel 1.12. R Square 52

DAFTAR LAMPIRAN

1.1. Kuesioner Penelitian.....67

1.2. Tabulasi jawaban untuk responden X dan Y.....69

1.3. Hasil Uji Instrumen.....75

1.4. Uji Asumsi Klasik.....83

1.5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....84

1.6. Dokumentasi Penelitian.....86