

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE ACEH BANG AHMAD DAN  
KEDAI PAK CIK MELAYU FOOD MALANG KOTA**

**SKRIPSI**



Disusun Oleh :

**MUHAMMAD ILHAMSYAH PULUNGAN**

**NIM : 201810210311177**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN DAN PETERNAKAN UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH MALANG**

**2023**

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE ACEH BANG AHMAD  
DAN KEDAI PAK CIK MELAYU FOOD MALANG KOTA

OLEH

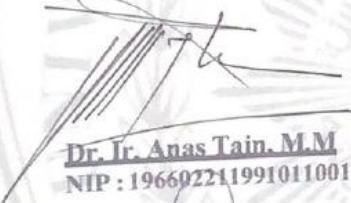
MUHAMMAD ILHAMSYAH PULUNGAN

NIM : 201810210311177

Disetujui oleh

Malang, 29 Juli 2024

Pembimbing Utama

  
Dr. Ir. Anas Tain, M.M.  
NIP : 196602211991011001

Pembimbing Pendamping

Malang, 29 Juli 2024

  
Dr. Ir. Istis Baroh, M.P.  
NIP : 10588020061

Malang, 29 Juli 2024

Menyetujui :

An. Dekan

Wakil Dekan

Ketua Program Studi Agribisnis



Ir. Henik Sukorini, M.P., Ph.D., IPM  
NIP. 10593110359

  
Ary Bakhtiar, S.P., M.Si  
NIP. 170801011992

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP**  
**KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE ACEH BANG AHMAD**  
**DAN KEDAI PAK CIK MELAYU FOOD MALANG KOTA**

Oleh :

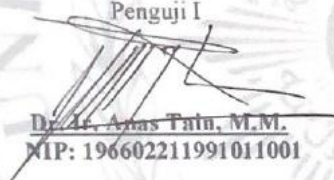
**MUHAMMAD ILHAMSYAH PULUNGAN**

**NIM : 201810210311177**

Dengan berdasarkan Surat Keputusan Dekan  
Fakultas Pertanian Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang Nomor :  
E.2.b/1405/FPP-UMM/XI/2021 dan Rekomendasi Komisi Skripsi Fakultas  
Pertanian Peternakan UMM pada tanggal : 26 Juli 2024  
dan keputusan Ujian Sidang yang dilaksanakan pada tanggal 29 Juli 2024

Dewan Penguji

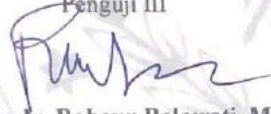
Penguji I

  
Dr. Ir. Anas Tain, M.M.  
NIP: 196602211991011001

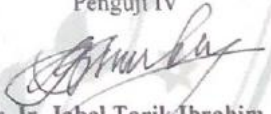
Penguji II

  
Dr. Ir. Istis Baroh, M.P.  
NIP: 10588020061

Penguji III

  
Prof. Dr. Ir. Rahayu Relawati, M.M.  
NIP: 196501011990032001

Penguji IV


  
Prof. Dr. Ir. Jabal Tarik Ibrahim, M.Si.  
NIP: 196607161990031002

Malang, 29 Juli 2024  
Mengesahkan:

Dekan Fakultas Pertanian dan Peternakan

Ketua Program Studi Agribisnis



  
Prof. Dr. Ir. Aris Winaya, M.M., M.Si., IPU., ASEAN Eng.  
NIP: 196405141990031002

  
Ary Bakhfiar, S.P., M.Si.  
NIP: 170801611992

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Ilhamsyah Pulungan  
NIM : 201810210311177  
Program Studi : Agribisnis  
Fakultas : Pertanian-Peternakan


Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mie Aceh Bang Ahmad dan Kedai Pak Cik Melayu Food Malang Kota”** adalah bukan hasil karya orang lain, baik sebagian maupun keseluruhan kecuali dalam bentuk kutipan yang diacu dalam naskah ini telah dituliskan sumbernya dan telah disusun dengan persetujuan dan bimbingan dari dewan pembimbing.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia mendapatkan sanksi akademik.


Malang, 29 Juli 2024

Pembimbing Utama

ng membuat pernyataan,

  
**Dr. Ir. Anas Tain, M.M**  
NIP : 196602211991011001



  
**Muhammad Ilhamsyah Pulungan**  
201810210311177

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan berkah atas segala karunia yang diberikan kepada peneliti, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Komparasi Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Aceh di Mie Aceh Bang Ahmad dan Kedai Pak Cik Melayu Food”**. Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW. Beserta keluarga, sahabat dan orang-orang yang mengikuti hingga akhir kelak. Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Peneliti ingin menyampaikan banyak terimakasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Ary Bakhtiar, S.P., M.Si selaku ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian- Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Bapak Dr. Ir. Anas Tain, M.M selaku Dosen Pembimbing Utama atas segala bimbingan serta Masukan bagi penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Ibu Dr. Ir. Istis Baroh, M.P. selaku Dosen Pembimbing Pendamping atas segala bimbingan serta masukan bagi penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Bapak Alm. Syahmenan Pulungan dan Ibu Wan Sri Wahyuni selaku orang tua penulis yang senantiasa memberikan do'a, semangat, nasehat, dan segala bentuk dukungan baik secara moral maupun materi tanpa henti, khususnya untuk ayah saya yang tercinta skripsi ini akan menjadi bentuk sebuah persembahan untukmu dan mengingatkan juga bahwa seorang lelaki harus bertanggung jawab dengan apa yang ia pilih. Dan terima kasih juga untuk kakak saya Suci Syarani Pulungan S.M. yang selalu senantiasa untuk memberikan semangat kepada adiknya.

5. Rinaldy Fajar Pradana, Panzi Kusuma Putra, Reyn Zulnanda, Gamal Abdel Nasr, Novry Putra Pradana, Adit Tama Rizky V.G, Wardah Yamlean, Nindi Claudya Dwita, Riyan Syahputra, Bayu Rizky, Nugraha Wisnu Murti, Fiqi Zahra, Firsandy, dan Dawam Muza Syahranie terima kasih telah menjadi ruang penuh hiburan juga kawan seperjuangan penulis yang senantiasa menyemangati dan mengingatkan penulis dalam menyelesaikan penelitian ini adalah bentuk dari tanggung jawab.
6. Ari Taufiqrahman, Mahendra Simbolon, Putra Pratama Ardiansyah, Nuri Romadhon, Moch. Ridwan, Bima Mahendra, Akhyar, dan Ronaldo Veryansen Saragih terima kasih telah menjadi kawan yang menyenangkan bagi penulis, tanpa ada dorongan dari mereka penulis mungkin akan kesulitan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Yuda Adriansyah, Ibnu Affan, Malik Fajar, Fadhil Syahputra, Faisal Amin, dan Wisuda Sabri Panjaitan terima kasih telah menjadi teman/abang yang sudah menghibur, menemani, dan memberi semangat untuk saya yang disaat terpuruk.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna yang membutuhkan saran dan kritik dari pembaca agar dapat menjadi lebih baik. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

## ABSTRAK

Dunia kuliner sangat terkait dengan identitas, budaya, dan tempat, sehingga menjual dan mempromosikan makanan di suatu destinasi memerlukan kreativitas dalam pengembangan produk dan pemasaran. Persaingan bisnis kuliner semakin ketat, terutama di kota Malang yang memiliki banyak usaha kuliner. Hal ini mendorong pelaku usaha untuk meningkatkan aspek-aspek yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini fokus pada Mie Aceh Bang Ahmad dan Kedai Pak Cik Melayu Food untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan konsumen serta membandingkan strategi pemasaran kedua usaha tersebut. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan metode analisis yang digunakan adalah metode analisis Structural Equation Modeling dengan Partial Least Square (SEM-PLS). Dengan hasil penelitian yaitu Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, Tempat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dan proses berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Dari hasil penelitian tersebut juga menghasilkan bahwa terdapat perbedaan Baruan Pemasaran pada Mie Aceh Bang Ahmad dan Kedai Pak Cik Melayu Food diantaranya terdapat pada Variabel Kualitas Produk dan Harga.

**Kata Kunci : Produk, Promosi, Harga, Tempat, Proses, Bauran Pemasaran**

## ABSTRACT

The culinary world is closely related to identity, culture and place, so selling and promoting food in a destination requires creativity in product development and marketing. Competition in the culinary business is getting tighter, especially in the city of Malang which has many culinary businesses. This encourages business actors to improve aspects that influence consumer purchasing decisions. This research focuses on Mie Aceh Bang Ahmad and Kedai Pak Cik Melayu Food to analyze the influence of the marketing mix on consumer decisions and compare the marketing strategies of the two businesses. The type of data used in this research is primary data with the analysis method used is the Structural Equation Modeling with Partial Least Square (SEM-PLS) analysis method. The results of the research are that product quality influences consumer purchasing decisions, promotion influences consumer purchasing decisions, price influences consumer purchasing decisions, place influences consumer purchasing decisions and process influences consumer purchasing decisions. The results of this research also show that there are differences in Baruan Marketing at Mie Aceh Bang Ahmad and Kedai Pak Cik Melayu Food, including the product quality and price variables.

**Keywords : Product, Promotion, Price, Place, Process, Marketing Mix**



## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
1.5 Definisi Operasional.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.2. Penelitian Terdahulu .....	7
2.3. Landasan Teori .....	10
2.3. Bauran Pemasaran.....	11
2.4. Keputusan Pembelian Konsumen .....	14
2.5. Kerangka Berpikir.....	16
2.6. Hipotesis .....	17
BAB III METODE PENELITIAN .....	18
3.1 Desain Penelitian .....	18
3.2 Jenis Data .....	18
3.4 Waktu dan tempat .....	18
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	19
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	20
3.6 Metode Analisis Data.....	21
3.7 Pengukuran Variabel.....	23
A. Model (Outer Model).....	23
B. Model Struktural atau Inner Model .....	24

C. Uji Hipotesis .....	24
BAB IV GAMBARAN PENELITIAN UMUM .....	26
4.1 Kota Malang .....	26
4.2 Mie Aceh Bang Ahmad dan Kedai Pak Cik Melayu Food.....	27
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....	30
5.1 Karakteristik Responden .....	30
5.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	30
5.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan .....	32
5.2 Deskripsi Jawaban Responden.....	32
5.2.1. Deskripsi Variabel Kualitas Produk.....	32
5.2.2. Deskripsi Variabel Promosi .....	34
5.2.3. Deskripsi Variabel Harga .....	35
5.2.4. Deskripsi Variabel Tempat.....	36
5.2.5. Deskripsi Variabel Proses .....	36
5.2.6. Deskripsi Variabel Keputusan Konsumen .....	37
5.3. Analisis Model Pengukuran <i>Outer Model</i> .....	38
5.3.1. Analisis Convergent Validity .....	38
5.3.2. Average Variance Extracted (AVE).....	40
5.3.3 Discriminant Validity .....	41
5.3.4 Composite Realibility .....	42
5.4. Analisis Model Pengukuran <i>Inner Model</i> .....	44
5.4.1. Uji R-Square.....	44
5.4.2. Uji Hipotesis dan Pembahasan .....	45
5.4.3. Perbedaan Baruan Pemasaran pada Mie Aceh Bang Ahmad dan Kedai Pak Cik Melayu Food .....	52
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....	54
6.1 Kesimpulan .....	54
6.2 Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA .....	55
LAMPIRAN .....	57

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert.....	21
Tabel 5.1 Nilai Outer Loading.....	39



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Peta Wilayah Kota Malang .....	26
Gambar 4.2 Kedai Mie Aceh .....	28
Gambar 4.3 Kedai Cak Abin.....	29
Gambar 5.1 Outer Loading .....	40



## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Agustian, I., Saputra, H. E., & Imanda, A. (2019). Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Di Pt. Jasaraharja Putra Cabang Bengkulu. *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 6(1), 44. <https://doi.org/10.37676/professional.v6i1.837>
- [2] Ariella, R. I. (2018). “Pengaruh kualitas produk, harga produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian Konsumen Mazelnid.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 215–221.
- [3] Fernando, M. F., & Aksari, N. M. A. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sanitary Ware Toto Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(1), 441. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v7.i01.p17>
- [4] Kotler, & Armstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing* (Tujuh). Salemba Empat. Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Principles of Marketing* (12th ed.). Prentice Hall. Kurniawan, I. B., & Puniawan, I. M. E. (2020). *PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP PEMASARAN BUDIDAYA*. 15(1), 11–20.
- [5] Nazir, M. (2017). *Metode statistika multivariat pemodelan persamaan struktural (SEM) Pendekatan Warpplus*. Malang: UB Press.  
Nazir, M. (Ghalia Indonesia). *Metodologi Penelitian*. Bogor: 2005.
- [7] Ranitaswari, P. M. (2018). *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Kopi Dan Kualitas Pelayanan 65 Menggunakan Metode Importance Perfomance Analysis (Studi Kasus Di Geo Coffee)*. *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri*.
- [8] Rofiq, A., & Hufron, M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Powernoise Store Studi Kasus Pada Konsumen Powernoise Store Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 7(02), 152–167. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/866/860>
- [9] Sandra, C. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi

- Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Pilona. *Emabi:Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(2), 93–109. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/emabi>
- [10] Sari, I., & Hidayat, R. (2020). *Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe Bang Faizs*. 1(2), 74–81.
- [11] Sahetapy, J. P. (2013). *DIFERENSIASI PRODUK, STRATEGI MEREK, PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MEUBEL UD SINAR SAKTI MANADO*. Jurnal EMBA.
- [12] Shartykarini, S. F. (2016). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Bentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pengunjung Cafe di Banjarbaru)*. Jurnal Wawasan Manajemen.
- [13] Solimun, M. A. (2017). *Metode Statistika Multivariat Pemodelan Persamaan Struktural (SEM) Pendekatan Warpplus*. Malang: UB Press.
- [14] S, W. J. (2013). *Kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Spring Bed Comforta*. Jurnal EMBA.
- [15] Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran (3rd ed.)*. Andi Publisher.
- [16] Walukow, A. L., Mananeke, L., & Sepang, J. (2013). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Bantenan Center Sonder Minahasa*. 2(2), 1272–1283.
- [18] Japlani, A. S. (2019). *Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Analisis SEM*. *Manajemen, Akuntansi, Bisnis Dan Kewirausahaan*.

# FAKULTAS PERTANIAN PETERNAKAN

## AGRIBISNIS

agribisnis.umm.ac.id | agribisnis @umm.ac.id

UMM  
est. 1964

UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



Nomor : E.2.g/162/AGRI-FPP/UMM/VI/2024  
Lampiran : -  
Hal : Bukti Deteksi Plagiasi

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Menindaklanjuti Peraturan Rektor UMM No. 2 Tahun 2017 tentang Pelaksanaan Deteksi Plagiasi pada Karya Ilmiah Dosen dan Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Malang, Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian dan Peternakan Malang telah melakukan deteksi plagiasi pada karya ilmiah:

Nama Mahasiswa : Muhammad Ilhamsyah Pulungan  
NIM : 201810210311177  
Judul TA : Analisis Komparasi Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Aceh Bg Ahmad dan Kedai Pak Cik Melayu Food Kota Malang

Persentase Kesamaan:

No	Jenis Naskah	Persentase Kesamaan (%)	Batas Maksimum Kesamaan (%)	Keterangan
1	Bab I	6	10	Sesuai
	Bab II	17	25	Sesuai
	Bab III	25	35	Sesuai
	Bab IV	13	15	Sesuai
	Bab V	5	5	Sesuai
2	Naskah Publikasi	-	25	Tidak Ada

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana semestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Malang, 13 June 2024

Admin Deteksi Plagiasi  
Program Studi Agribisnis,



Wahid Muhammad Shodiq, S.P., M.P.  
NIP. 20220815031997

Mengetahui  
Ketua Program Studi Agribisnis,



Ary Bakhtiar, S.P., M.Si.  
NIP. 170801011992

Tembusan:

- Dosen Pembimbing 1 dan 2
- Arsip



### Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

### Kampus II

Jl. Bendungan Sutami No.188 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 149 (Hunting)  
F: +62 341 582 060

### Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No.246 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 318 (Hunting)  
F: +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id

