

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
IKAN AYAM-AYAM ASAP DI DESA SEKARAN KECAMATAN
SEKARAN KABUPATEN LAMONGAN**

SKRIPSI



Oleh :

SYAHDIA ALLAIDA ALFARA

202110210311039

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN-PETERNAKAN

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2025

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
IKAN AYAM – AYAM ASAP DI DESA SEKARAN KECAMATAN
SEKARAN KABUPATEN LAMONGAN**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana

Program Studi Agribisnis



Oleh :

SYAHDIA ALLAIDA ALFARA
202110210311039

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN-PETERNAKAN

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN

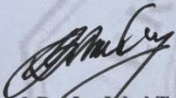
PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN IKAN AYAM-AYAM ASAP DI DESA SEKARAN
KECAMATAN SEKARAN KABUPATEN LAMONGAN

Oleh:

SYAHDIA ALLAIDA ALFARA
NIM 202110210311039

Dosen Pembimbing Utama

Tanggal, 17 Mei 2025


Prof. Dr. Ir. Jabal Tarik Ibrahim M.Si
NIDN. 001606602

Wakil Dekan I
Fakultas Pertanian Peternakan


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

Ketua Program Studi Agribisnis


Ir. Ary Balhinar, S.P.,M.Si.,IPM., ASEAN Eng
NIP. 170801011992

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IKAN AYAM-AYAM ASAP DI DESA SEKARAN KECAMATAN SEKARAN KABUPATEN LAMONGAN

Oleh:

SYAHDIA ALLAIDA ALFARA

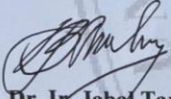
202110210311039


Disusun berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Pertanian - Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang Nomor: E.2.c/188/FPP-UMM/IV/2025 dan rekomendasi Komisi Skripsi Fakultas Pertanian - Peternakan UMM pada tanggal: 28 April 2025 dan keputusan Ujian Sidang yang dilaksanakan pada tanggal: 05 Juni 2025

Dewan Penguji

Penguji Pertama

Penguji Kedua



Prof. Dr. Ir. Jabal Tarik Ibrahim M.Si
NIDN. 001606602


Ir. Arv Bakhtiar, S.P., M.Si., IPM., ASEAN Eng.
NIDN. 0701019202


Penguji Ketiga


Penguji Keempat



Yohana Agustina, S.P., M.Sc.
NIDN. 0703089201


Dr. Ir. Anas Tain, M.M.
NIDN. 0021026602


Dekan
Fakultas Pertanian Peternakan


Ketua Program Studi Agribisnis


Prof. Dr. Ir. Anis Winawa, M.M., M.Si., IPU., ASEAN Eng.
NIDN. 0709016301


Ir. Arv Bakhtiar, S.P., M.Si., IPM., ASEAN Eng.
NIDN. 0701019202

iii

SURAT PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Syahdia Allaida Alfara
NIM : 202110210311039
Program Studi : Agribisnis
Fakultas : Pertanian – Peternakan
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Malang

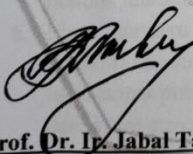
Menyatakan dengan sebenarnya dan sesungguhnya, bahwa skripsi atau karya ilmiah berjudul PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IKAN AYAM-AYAM ASAP DI DESA SEKARAN KECAMATAN SEKARAN KABUPATEN LAMONGAN

1. Skripsi ini adalah milik saya sendiri yang disusun berdasarkan serangkaian penelitian yang saya lakukan dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis diperguruan manapun, semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.
2. Penulis skripsi ini tidak ada plagiasi, duplikasi, ataupun replikasi terhadap hasil penelitian ini dari pihak-pihak manapun yang menyebarkan hasil penelitian ini tidak otentik, kecuali secara tertulis diacu dalam skripsi dan disebutkan rujukannya dalam daftar pustaka.
3. Skripsi ini disusun berdasarkan persetujuan dan bimbingan dari dewan pembimbing dan telah diujikan dihadapan dewan penguji tugas akhir Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian – Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya dan bertanggung jawab.

Malang, Mei 2025

Mengetahui Dosen Pembimbing Utama

Yang Menyatakan



Prof. Dr. Ir. Jabal Tarik Ibrahim M.Si

NIDN : 001606602



Syahdia Allaida Alfara

NIM : 202120210311039

KATA PENGANTAR

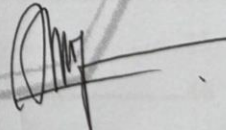
Puji syukur kehadirat Allah SWT, berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Ikan Ayam - ayam Asap Desa Sekran Kecamatan Sekaran kabupaten Lamongan”. Skripsi penelitian ini dapat penulis selesaikan berkat bantuan dan bimbingan berbagai pihak, maka penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Aris Winaya, M.M., M.Si., IPU., ASEAN ENG selaku Dekan Fakultas Pertanian - Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Ir. Ary Bakhtiar., S.P., M.Si., IPM., ASEAN ENG selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian - Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan motivasi kepada saya dalam menghadapi proses skripsi yang sedang berlangsung serta memberikan saran dan masukan kepada penulis dengan sabar dan juga banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini.
3. Prof. Dr. Ir. Jabal tarik Ibrahim M.Si selaku pembimbing utama yang telah memberikan motivasi kepada saya dalam menghadapi proses skripsi yang sedang berlangsung serta memberikan saran dan masukan kepada penulis dengan sabar dan juga banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian - Peternakan Universitas Muhammadiyah Malang yang telah mengajari dan memberikan ilmunya kepada penulis.
5. Ayah tercinta yaitu Suyadi Eko Prasdianto, terima kasih sudah selalu mengusahakan apapun untuk kehidupan penulis, beliau memberikan peran ayah yang telah hilang lama dari kehidupan penulis. Beliau juga yang selalu mengajarkan selalu berjuang, semangat dan pantang menyerah hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
6. Pintu surgaku mama tercinta yaitu ibu Marem Lathifah yang telah melahirkan, memberi kasih sayang dan cinta kepada penulis, serta selalu jadi tempat pulang ternyaman bagi penulis. Beliau yang mengajarkan sabar dan ikhlas atas semua yang terjadi selama ini dan selalu menguatkan penulis jika ada masalah yang berat. Terima Kasih atas do'a yang beliau panjatkan selama ini hingga penulis mampu menyelesaikan studi hingga sarjana. Sehat dan panjang umur mama tercinta.
7. Saudara – saudara yang tersayang yaitu mbak Indah, mas Sahab, mas Oki, adik Khayla dan adik Shanum. Terima kasih atas pelukan hangat, waktu yang diluangkan, serta telinga yang selalu siap mendengar setiap keluh kesah. Kehadiran saudara – saudara tercinta sangat berhargadan menjadi

- kekuatan yang begitu berarti dalam perjalanan ini.
8. Untuk sahabat dan terkasih penulis Zulfan, Syarla, Norma dan Arinda terima kasih untuk menjadi partner bertumbuh di segala kondisi yang terkadang tidak terduga, menjadi teman ngopi, menjadi pendengar yang baik untuk penulis serta menjadi orang yang memberi semangat dan meyakinkan penulis bahwa segala masalah yang dihadapi selama proses skripsi akan berakhir.
 9. Seluruh teman – teman Program Studi Agribisnis dan juga pihak – pihak lain yang telah membantu penulisan skripsi ini, yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT memberikan balasan yang lebih baik kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis.
 10. Arya Mohan Suryanandika pemain sinetron Asmara Gen Z beserta keluarga dan tante Gita Panhar, terima kasih atas inspirasi dan semangat yang secara tidak langsung telah memotivasi penulis untuk terus maju. Sosok Mohan dan kehangatan keluarga beliau menjadi pengingat bahwa semangat, kerja keras, dan ketulusan akan selalu membawa hasil yang baik.
 11. Last but not *least*, Terima kasih untuk Syahdia Allaida Alfara, diri saya sendiri yang telah bekerja keras dan berjuang sampai titik ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Selanjutnya penulis menyampaikan permohonan maaf apabila ada kekurangan dan kesalahan yang sebesar – besarnya. Atas perhatiannya disampaikan banyak – banyak terimakasih.

Malang, 17 Mei 2025



Syahdia Allaida Alfara

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan.....	3
1.4 Manfaat.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Penelitian Terdahulu	4
2.2 Landasan Teori	9
2.2.1 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	9
2.2.2 Ikan Ayam - ayam Asap	11
2.2.3 Keputusan Pembelian	12
2.3 Kerangka Analisis.....	15
2.4 Hipotesis.....	15
BAB III METODE PENELITIAN.....	16
3.1 Jenis Penelitian.....	16
3.2 Lokasi dan Waktu.....	16
3.3 Pengambilan Sampel	16
3.4 Teknik Pengumpulan Data	16

3.4.1 Analisis Data	17
3.4.2 Pengukuran Variabel.....	18
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	19
4.1 Deskripsi Responden	19
4.2 Hasil Outer (Model Pengukuran).....	21
Validitas konvergen (<i>Convergen Validity</i>).....	21
Uji Validitas Deskriminan.....	23
4.2.3 Uji Reabilitas	24
4.3 Pengukuran Struktural (<i>Inner Model</i>).....	25
4.4 Uji Hipotesis	26
4.4.3 Pengaruh Variabel Produk pada Keputusan Pembelian	26
4.4.4 Pengaruh Variabel Harga pada Keputusan Pembelian	27
4.4.5 Pengaruh Variabel Promosi pada Keputusan Pembelian	28
4.4.6 Pengaruh Variabel Tempat pada Keputusan Pembelian	28
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	30
5.1 Kesimpulan	30
5.2 Saran	30
DAFTAR PUSTAKA	31

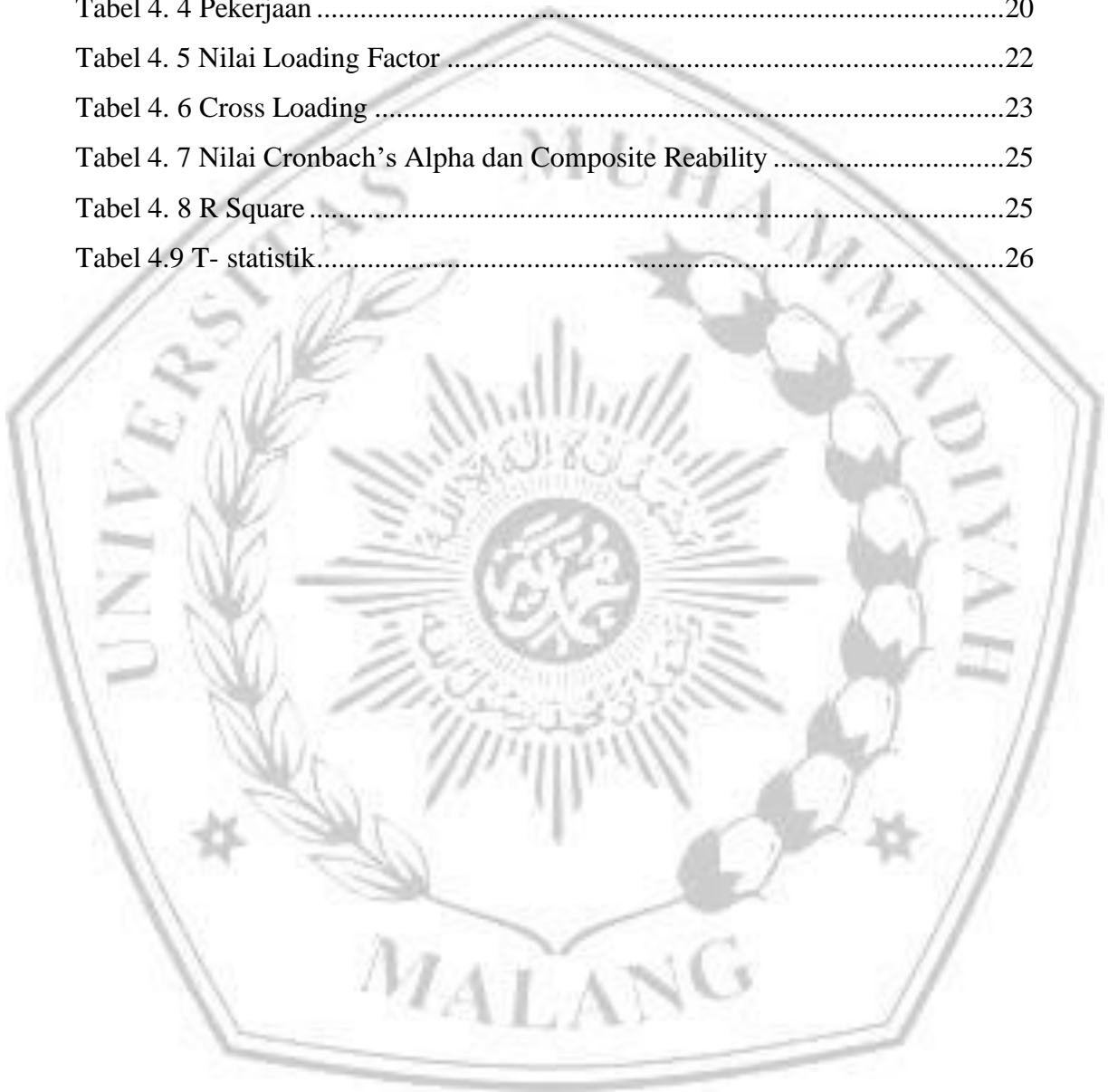
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Ikan Ayam - ayam	11
Gambar 2. 2 Ikan Ayam - ayam Asap	12
Gambar 2. 3 Kerangka Analisis.....	15
Gambar 4. 1 Outer model	21



DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Jenis Kelamin	19
Tabel 4. 2 Usia.....	19
Tabel 4. 3 Pendidikan Terakhir	20
Tabel 4. 4 Pekerjaan	20
Tabel 4. 5 Nilai Loading Factor	22
Tabel 4. 6 Cross Loading	23
Tabel 4. 7 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reability	25
Tabel 4. 8 R Square	25
Tabel 4.9 T- statistik.....	26



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	34
Lampiran 2. Dokumentasi	38
Lampiran 3. Riwayat Hidup	40



PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IKAN AYAM - AYAM ASAP DI DESA SEKARAN KECAMATAN SERKARAN KABUPATEN LAMONGAN

Syahdia Allaida Alfara¹, Jabal Tarik Ibrahim²

¹⁾²⁾Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian – Peternakan, Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia

^{a)}nadiaalfara15@gmail.com , ^{b)}jabal@umm.ac.id

ABSTRAK

*Marketing mix merupakan salah satu pendekatan yang strategis yang secara empiris terbukti berkontribusi terhadap pembentukan preferensi dan keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini menganalisis pengaruh *marketing mix* (produk, harga, tempat, dan promosi) terhadap keputusan pembelian ikan ayam-ayam asap di Desa Sekaran, Lamongan. Data dikumpulkan dari 50 konsumen melalui kuesioner dan dianalisis dengan SEM-PLS. Hasilnya, keempat variabel berpengaruh sebesar 68,9% terhadap keputusan pembelian, dengan harga dan tempat sebagai faktor paling signifikan. Promosi justru berdampak negatif, menunjukkan ketidakefektifan strategi saat ini. Penelitian merekomendasikan perbaikan kualitas produk, distribusi yang lebih luas, dan promosi yang lebih efektif untuk meningkatkan penjualan.*

Kata Kunci : *marketing_mix; keputusan_pembelian; ikan_ayam-ayam_asap; SEMPLS; Desa_Sekaran*

ABSTRACT

The marketing mix is a strategic approach that has been empirically proven to contribute to the formation of consumer preferences and purchasing decisions. This study analyzes the influence of the marketing mix (product, price, place, and promotion) on the purchasing decisions of smoked "ikan ayam-ayam" (a type of fish) in Sekaran Village, Lamongan. Data were collected from 50 consumers through questionnaires and analyzed using SEM-PLS. The results show that the four variables collectively influence purchasing decisions by 68.9%, with price and place being the most significant factors. Interestingly, promotion had a negative impact, indicating the ineffectiveness of the current strategy. The study recommends improving product quality, expanding distribution, and implementing more effective promotional strategies to boost sales.

Keywords : *marketing_mix; purchasing_decision; fish_ayam-ayam_smoked; SEMPLS; Sekaran_Village*

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. R. (2015). *Metode penelitian kuantitatif*.
- Alfitri, N., Kurniadi, D., & Angraini, T. (2023). *Pengasapan ikan.*, 2(1), 22–26.
- Amalia, R. N., Dianingati, R. S., & Annisaa', E. (2022). *Pengaruh jumlah responden terhadap hasil uji validitas dan reliabilitas kuesioner pengetahuan dan perilaku swamedikasi*. *Generics: Journal of Research in Pharmacy*, 2(1), 9–15. <https://doi.org/10.14710/genres.v2i1.12271>
- Anggara, M. R., Ibrahim, J. T., & Mazwan, M. Z. (2024). *Analisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian pupuk anorganik (kasus: Desa Srimulyo dan Sukodono, Kecamatan Dampit).*, 14(2), 73–85.
- Bayu, I., Ibrahim, J. T., Bakhtiar, A., & Mufriantie, F. (2020). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan membeli komoditi pertanian di pasar tradisional Kepanjen Malang*. *Jurnal Agribest*, 4(2), 108–122. <https://doi.org/10.32528/agribest.v4i2.3547>
- Dzikrulloh, A., Muhtarom, A., Sulaeman, M. M., & Santoso, M. H. B. (2022). *Pengaruh marketing mix (4P) terhadap keputusan pembelian dimediasi kepuasan konsumen pada usaha UMKM*. *EKOMBIS Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 833–840. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2.2648>
- Edukasia, J. S., & Trihantoro, D. (2023). *Pengaruh marketing mix terhadap keputusan pembelian produk ikan asap di Kecamatan Patebon Kendal.* , 3(1), 119–127.
- Eka, F. P., Nurhadi, E., & Roidah, I. S. (2024). *Pengaruh bauran pemasaran (marketing mix) terhadap keputusan pembelian buah (studi kasus: Hokky Buah Panglima Sudirman)*. 10, 3477–3488.
- Faizah, A. M., & Juniati, D. (2024). *Implementasi dimensi fraktal box counting dan k-means dalam klasifikasi jenis ikan laut berdasarkan corak tubuh*. *MATHunesa: Jurnal Ilmiah Matematika*, 12(1), 197–207. <https://doi.org/10.26740/mathunesa.v12n1.p197-207>
- FaktualNews.co. (2025). *Pasar tradisional Lamongan sepi, pedagang kesulitan bersaing dengan e-commerce*. <https://faktualnews.co/2025/03/16/pasar-tradisional-lamongan-sepi-pedagang-kesulitan-bersaing-dengan-e-commerce/383307/>
- Ibrahim, J. T. (2022). *Buku ajar pemberdayaan masyarakat agribisnis Pebruari 2022*.

- Ilmu, J., Tuing, P. D., & Bangka, K. (2024). *Klasifikasi ikan menggunakan oriented fast and rotated brief (ORB) dan k-nearest neighbor (KNN)*. 3(2), 80–83.
- Indriani, I., Ibrahim, J. T., & Ariadi, B. Y. (2022). *Strategi pemasaran untuk meningkatkan pendapatan pengrajin keripik tempe di Sanan*. *Jurnal Pertanian Cemara*, 19(1), 43–52. <https://doi.org/10.24929/fp.v19i1.1981>
- Khairat Nadiatul, W. S. (2024). *Implementation of the 4P marketing mix at Astiga Leather in 2024*. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 17(2), 142–151.
- Mardiyanto, E. (2021). *Implementasi marketing mix dalam pemasaran perbankan syariah*. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam*, 9(1), 93–103. <https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v9i1.227>
- Mariana, R. R., Hidayat, N. W., Andoko, A., Hermanto, Y. A. L., Pahlevi, A. S., & Muntholib, M. (2023). *Pengolahan ikan asap berdasarkan konsep cara pengolahan pangan yang baik (CPPB) untuk meningkatkan branding kuliner unggulan Pantai Prigi Trenggalek*. *Indonesian Journal for Social Responsibility*, 5(1), 35–49. <https://doi.org/10.36782/ijsr.v5i01.180>
- Mudir Abdillah, A. R. A. (2022). *Pengaruh bauran pemasaran 4P (produk, price, place, promotion) dan kualitas pelayanan berbasis syariah terhadap keputusan konsumen untuk membeli di Toko Yunika Jabon Sidoarjo*.
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis pengaruh harga, promosi, kepercayaan dan karakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen pada 212 Mart di Kota Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194–199. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/view/3594/3325>
- Nuryani, Y., & Winata, A. Y. S. (2024). Mengukur minat berkunjung kembali atas dasar media sosial dan citra destinasi wisata Pantai Lon Malang di Sampang Madura. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 3(4). <https://doi.org/10.21107/jkim.v3i4.16916>
- Panji Ragatirta, L. P., & Tiningrum, E. (2020). Pengaruh atmosphere store, desain produk, dan citra merek terhadap. *Excellent*, 7(2), 143–152. <https://doi.org/10.36587/exc.v7i2.793>
- Poylema, F. R. (2022). Pengaruh bauran pemasaran terhadap peningkatan volume penjualan. *YUME: Journal of Management*, 5(1), 235–237. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.436>
- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2021). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(2), 150–160. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.473>

- Rahmadanti, D., Ibrahim, J., & Iriany, A. (2023). *Marketing mix effect on customer preference in choosing an insurance company*. *International Research Journal of Economics and Management Studies*, 2(3), 38–42. <https://doi.org/10.56472/25835238/IRJEMS-V2I3P107>
- Rizky Fadilla, A., & Ayu Wulandari, P. (2023). *Literature review analisis data kualitatif: Tahap pengumpulan data*. *Mitita Jurnal Penelitian*, 1(3), 34–46.
- Saputra, G. R., & Roswaty, R. (2020). *Pengaruh bauran pemasaran 4P terhadap keputusan pembelian pupuk eceran di Toko Tani Makmur Pagar Alam Sumatera Selatan*. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(2), 32–45. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v1i2.125>
- Simamora, B. (2022). *Skala Likert, bias penggunaan dan jalan keluarnya*. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 84–93. <https://doi.org/10.46806/jman.v12i1.978>
- Sirait, J., & Saputra, S. H. (2020). *Teknologi alat pengasapan ikan dan mutu ikan asap: Technology of fish-smoking tool and the smoked fish quality*. *Jurnal Riset Teknologi Industri*, 12(2), 220–229.
- Sofiah, M., Ramadhani, S., Ahmadi, N., & Rahmani, B. (2023). *Analisis pengaruh bauran pemasaran 4P terhadap keputusan pembelian pada usaha mikro kecil menengah (UMKM)*. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 16(2), 122–141.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sunarsi, D. (2020). *Pengaruh bauran pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Giant Dept Store Cabang BSD Tangerang*. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 21(1), 7–13. <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v21i1.473>
- Tidore, N., Sondakh, S. J., Kotambunan, O. V., Durand, S. S., & Wasak, M. P. (2022). *Sistem pemasaran ikan cakalang asap di Kelurahan Molas Kecamatan Bunaken Kota Manado*. *Jurnal Ilmiah Agrobisnis Perikanan*, 10(2), 209–216.
- Ulandari, O. (2023). *Efektivitas marketing mix 4P terhadap penjualan BUMDes "Sumber Rejeki" Desa Samir Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung*. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 4(1), 183–195.
- Waruwu, M., Natijatul, S., Utami, P. R., & Yanti, E. (2025). *Metode penelitian kuantitatif: Konsep, jenis, tahapan dan kelebihan*. 10, 917–932.

FAKULTAS PERTANIAN PETERNAKAN



AGRIBISNIS

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

UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

Nomor : E.2.g/220/AGRI-FPP/UMM/V/2025
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 : Syahdia Allaida Alfara
NIM : 202110210311039
Judul TA : Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Ikan TogeK Asap di Desa Sekaran Kecamatan Sekaran Kabupaten Lamongan

Persentase Kesamaan:

No	Jenis Naskah	Persentase Kesamaan (%)	Batas Maksimum Kesamaan (%)	Keterangan
1	Bab I	5	10	Sesuai
	Bab II	15	25	Sesuai
	Bab III	22	35	Sesuai
	Bab IV	15	15	Sesuai
	Bab V	4	5	Sesuai
2	Naskah Publikasi	-	25	Tidak Ada

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana semestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Malang, 23 May 2025

Admin Deteksi Plagiasi
Program Studi Agribisnis,



Wahid Muhammad Shodiq, S.P., M.P
NIP. 20240715031997



Mengetahui
Rektor Program Studi Agribisnis,



H. Ary Bakhtiar, S.P., M.Si., IPM., ASEAN Eng.
NIP. 170801011992

Tembusan:

1. Dosen Pembimbing 1 dan 2
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

