PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK CAK YONO KOTA MALANG

SKRIPSI

Oleh :

JANUATRIA FRIDOLIN SAYUN

2021410065

PROGRAM STUDI PETERNAKAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI
MALANG

2026

PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN TERHADAP PRODUK CAK YONO KOTA MALANG

Oleh :

JANUATRIA FRIDOLIN SAYUN

2021410065

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Peternakan Strata Satu (S1)

PROGRAM STUDI PETERNAKAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI
MALANG

2026

PERNYATAAN SKRIPSI

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama Mahasiswa	: Januatria Fridolin Sayun
NIM	: 2020410005
Program Studi	: PETERNAK

Menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul **"PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN TERHADAP PRODUK CAK YONO KOTA MALANG"** merupakan karya tulis yang saya buat sendiri menurut pengamatan serta keyakinan saya.Skripsi ini tidak mengandung bagian skripsi atau karya tulis yang pernah diterbitkan atau ditulis orang lain, kecuali kutipan referensi yang dimuat dalam naskah skripsi ini. Apabila ternyata dikemudian hari pernyataan saya ini tidak benar,saya sanggup menerima sanksi akademik apapun dari Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang.

Malang, 23 April 2026

Yang Menyatakan,



Januatria Fridolin Sayun

i

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi	: Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Cak Yono Kota Malang
Nama	: Januatria Fridolin sayun
Nim	: 2021410065
Prodi	: Peternakan
Fakultas	: Pertanian
Menyetujui	: Dosen Pembimbing

Pembimbing Utama	Pembimbing Pendamping
Dr. Ariani Trisna Murti, S.Pt., MP	Rosyida Fajri Rinanti, S.Pt., MP
NIDN.0707079102	NIDN.0719118501

Mengetahui
Kepala Program Studi Peternakan

Eka Fitasari, S.Pt., MP
NIDN. 0703018301

ii

LEMBAR PENGESAHAN

Mengesahkan:

Pada Tanggal : 25 April 2026

Pembimbing Utama	Pembimbing Pendamping
Dr. Ariani Trisna Murti, S.Pt., MP	Rosyida Fajri Rinanti, S.Pt., MP
NIDN.0707079102	NIDN.0719118501

Dosen Penguji

Karunia Setyowati Suroto, S.Pt., MP
NIDN. 0725058702

Dekan,

Dr. Ir. Eko Marhaeniyanto, MP
NIDN: 0003106802

RINGKASAN

JANUATRIA FRIDOLIN SAYUN. 2021410065. Pengaruh Marketing MixTerhadap Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Cak Yono Kota Malang Pembimbing Utama : Ariani Trisna Murti. Pembimbing Pendamping : Rosyida Fajri Rinanti.

Pemasaran merupakan aspek penting dalam menjalankan suatu usaha, terutama dalam industri makanan cepat saji seperti ayam goreng. Dalam menghadapi persaingan yang ketat, pelaku usaha dituntut untuk mampu menyusun strategi pemasaran yang efektif guna untuk menarik perhatian konsumen. Salah satu pendekatan yang sering digunakan adalah bauran pemasaran (marketing mix), yang mencakup produk, harga, tempat, promosi, orang, proses dan bukti fifik. Ketuju elemen ini berperan besar dalam membentuk minat dalam memilih sustu produk. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran (marketing mix) yang terdiri dari Produk, Harga, Tempat, Promosi, Orang, Proses, dan Bukti Fisik terhadap minat beli konsumen pada usaha kuliner Lalapan Cak Yono di Tlogomas, Kota Malang. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 200 responden yang merupakan konsumen Lalapan Cak Yono dengan Teknik Pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*, data ini dianalisis melalui uji regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS 21. Karakteristik responden menunjukkan dominasi kelompok usia produktif (21-25 tahun) sebesar 44,5% yang mayoritas berstatus sebagai mahasiswa (34,5%). Hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan, ketujuh variabel bauran pemasaran berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen dengan nilai F hitung sebesar 15,577 (> F tabel 2,04). Secara parsial, variabel Produk, Harga, Tempat, Orang, dan Bukti Fisik memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli. Variabel Produk menjadi faktor utama melalui kualitas rasa yang khas dan stabilitas mutu bahan baku. Variabel Tempat teridentifikasi sebagai determinan yang sangat kuat karena letaknya yang berada di jalur perlintasan utama mahasiswa. Sebaliknya, variabel Proses dan Promosi menunjukkan hasil yang tidak signifikan secara parsial dalam mendorong minat beli. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen lebih memprioritaskan aspek fisik produk dan aksesibilitas lokasi dibandingkan alur pelayanan operasional maupun strategi promosi yang dilakukan. Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa untuk mempertahankan loyalitas dan menarik konsumen baru, manajemen Lalapan Cak Yono perlu menjaga konsistensi rasa dan meningkatkan standar profesionalisme staf. Disarankan pula adanya perbaikan pada efisiensi internal proses pelayanan guna mencegah penumpukan antrean yang dapat menurunkan kenyamanan pelanggan di masa depan.

SUMMARY

Januatria Fridolin Sayun. 2021410065. The Influence of Marketing Mix on Consumer Purchase Intention Toward Cak Yono Products in Malang City. Primary Supervisor: Ariani Trisna Murti. Co-Supervisor: Rosyida Fajri Rinanti.

Marketing is a crucial aspect of running a business, particularly in the fast-food industry such as fried chicken. Facing intense competition, business owners are required to develop effective marketing strategies to attract consumer attention. One commonly used approach is the marketing mix, which encompasses product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence. These seven elements play a significant role in shaping the interest in choosing a particular product. This study aims to analyze the influence of the marketing mix—consisting of Product, Price, Place, Promotion, People, Process, and Physical Evidence—on consumer purchase intention at the culinary business "Lalapan Cak Yono" in Tlogomas, Malang. A quantitative research approach was employed by distributing questionnaires to 200 respondents who are consumers of Lalapan Cak Yono. The sampling technique used was accidental sampling, and the data were analyzed through multiple linear regression using SPSS 21 software. Respondent characteristics showed a dominance of the productive age group (21-25 years) at 44.5%, the majority of whom are students (34.5%). The F-test results indicate that, simultaneously, the seven marketing mix variables have a significant impact on consumer purchase intention, with an F-value of 15.577 (> F-table 2.04). Partially, the Product, Price, Place, People, and Physical Evidence variables have a significant influence on purchase intention. The Product variable emerged as a primary factor due to its distinctive flavor and the quality stability of raw materials. The Place variable was identified as a very strong determinant because of its location on a primary transit route for students. Conversely, the Process and Promotion variables showed non-significant results partially in driving purchase intention. This indicates that consumers prioritize the physical aspects of the product and location accessibility over operational service flows or implemented promotional strategies. The conclusion of this study confirms that to maintain loyalty and attract new consumers, the management of Lalapan Cak Yono needs to maintain flavor consistency and improve staff professionalism. It is also suggested that there be improvements in internal service process efficiency to prevent queue accumulation, which could decrease customer comfort in the future.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjat kan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul **" Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Cak Yono Kota Malang "** tepat pada waktunya. Adapun tujuan dari penulisan proposal penelitian ini adalah untuk memperoleh gelar Sarjana Peternakan Program studi Peternakan Fakultas Pertanian Universitas Tribhuwana Tunggadewi. Ucapan terima kasih ini penulis tujukan kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Eko Marhaeniyanto, MP. Selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang
2. Ibu Eka Fitasari,S.Pt,. MP. Selaku Ketua Program Studi Peternakan Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang
3. Ibu Dr. Ariani Trisna Murti, S.Pt., MP. Selaku Dosen Pembimbing I atas dukungan dan bimbingan yang telah diberikan Beliau kepada Penulis
4. Ibu Rosyida Fajri Rinanti, S.Pt,. MP selaku Dosen Pembibing II atas dukungan dan bimbingan Beliau kepada penulis
5. Kedua Orang tua, Adik-adik dan teman-teman satu bimbingan serta semua pihak yang selalu memberikan Doa dan suport yang telah berjuang bersama-sama penulis dalam menyelesaikan proposal penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa Proposal skripsi ini masih banyak memiliki kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari Pembaca. Penulis berharap Proposal ini bermanfaat bagi semua pihak yang berminat dan memerlukan.

Akhir kata Penulis ucapkan terimakasih banyak dan mohon maaf jika ada kesalahan kata atau kalimat yang kurang berkenan.

Malang, 22 April 2026

Januatria Fridolin Sayun

MOTTO

"Kuliah bukan tentang siapa yang paling pintar di kelas, tapi tentang siapa yang paling sabar menghadapi proses dan paling gigih bangkit dari kegagalan."

PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini saya persembahkan setulus hati untuk Ibu dan Bapak, dua sosok hebat yang telah menukar rasa lelah demi masa depanku dan melangitkan doa-doa tulus agar pundakku tetap kuat saat aku hampir menyerah pada beratnya beban perkuliahan. Skripsi ini bukan sekadar syarat kelulusan, melainkan wujud syukur atas setiap tetes keringat dan cinta tanpa pamrih yang kalian berikan untuk membiayai mimpi-mimpiku yang sering kali terasa mustahil. Terima kasih telah menjadi alasan bagiku untuk selalu bangkit dari setiap kegagalan dan tetap melangkah di tengah rasa lelah; keberhasilan ini adalah kemenangan kalian, dan semoga senyum bangga di wajah kalian menjadi hadiah terindah yang bisa kupersembahkan hari ini.

Secara khusus, karya ini juga saya tujukan untuk kedua adikku tersayang, yang kehadirannya selalu menjadi pengingat bahwa aku harus menjadi versi terbaik dari diriku sendiri. Terima kasih telah menjadi penyemangat dan rumah tempatku pulang saat dunia luar terasa begitu melelahkan. Kakak ingin kalian tahu bahwa tidak ada mimpi yang terlalu tinggi untuk diraih selama kita memiliki keberanian untuk berjuang dan kesabaran untuk bertahan. Semoga keberhasilan kecil ini dapat menjadi motivasi bagi kalian untuk terus melangkah melampaui batas yang ada, karena bagi Kakak, melihat kalian sukses di masa depan adalah kebahagiaan yang jauh lebih besar dari apa pun.

RIWAYAT HIDUP



A. Biodata Diri

1. Nama Lengkap : Januatria Fridolin Sayun
2. Jenis Kelamin : Perempuan
3. Tempat/Tanggal Lahir : Woa, 1 Januari 2003
4. Motto Hidup "Jadilah seperti karang di lautan; tetap tegak berdiri meski terus dihantam ombak yang sama."
5. E-mail : januatriasayun2003@gmail.com
6. No. Telp : 081239193673
7. Perguruan Tinggi : Universitas Tribhuwana Tungga Dewi Malang
8. Fakultas : Pertanian
9. Program Studi : Peternakan

B. Riwayat Pendidikan

	SD	SMP	SMA	PT
Nama Institusi	SDK Woa	SMP N 14 Satarmese	SMA N 4 Satarmese	Universitas Tribhuwana Tunggadewi
Jurusan			IPA	Peternakan
Tahun Masuk-Lulus	2009-2015	2016-2018	2018-2021	2021-2026

DAFTAR ISI

PERNYATAAN SKRIPSI ..... **i**
HALAMAN PERSETUJUAN ..... **ii**
LEMBAR PENGESAHAN ..... **iii**
RINGKASAN ..... **iv**
SUMMARY ..... **v**
KATA PENGANTAR ..... **vi**
RIWAYAT HIDUP ..... **viii**
DAFTAR ISI ..... **ix**
DAFTAR TABEL ..... **xi**
DAFTAR GAMBAR ..... **xii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiii**
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 Kerangka Pikir 5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **6**
2.1 Penelitian Terdahulu 6
2.2 Produk 10
2.3 Marketing Mix (Bauran Pemasaran) 11
2.3.1 Produk (*product*) 13
2.3.1.1 Indikator variabel Produk 14
2.3.2 Harga (*Price*) 15
2.3.2.1 Indikator Variabel Harga 16
2.3.3 Tempat *(Place)* 17
2.3.3.1 Indikator Variabel Tempat 18
2.3.4 Promosi (*Promotion)* 19
2.3.4.1 Indikator Variabel promosi 20
2.3.5 Orang (*people)* 21
2.3.5.1 Indikator Variabel Orang 22
2.3.6 Proses *(process)* 23
2.3.6.1 Indikator Variabel Proses 23
2.3.7 Bukti Fisik *(physical evidence)* 24
2.3.7.1 Indikator variabel Bukti Fisik 25
2.4 Minat Beli Konsumen 26
2.4.1 Indikator Variabel Minat Beli 27
2.5 Hubungan Mix Marketing Dengan Minat Beli 28
BAB III METODE PENELITIAN **30**
3.1 Lokasi Dan Tempat Penelitian 30
3.1.1 Metode Pemilihan Lokasi 30

3.2 Jenis Penelitian 32
3.3 Populasi Dan Sampel 34
3.3.1 Populasi 34
3.3.2 Sampel 34
3.4 Jenis Sumber Data 36
3.4.1 Data Primer 36
3.4.2 Data sekunder 39
3.5 Variabel Penelitian 40
3.5.1 Teknik Pengukuran Variabel 41
3.6 Analisa Data 42
3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas 42
3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda 43
BAB 1V HASIL DAN PEMBAHASAN 45
4.1 Gambaran Lokasi Penelitian 45
4.2 Sejarah Lalapan Cak Yono 47
4.3 Deskripsi Karakteristik Responden di Lalapan Cak Yono 47
4.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 48
4.3.2 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Umur 50
4.3.3 Karakteristik Reponden Berdasarkan Pendidikan 52
4.3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga 54
4.3.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan 55
4.3.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan 57
4.3.7 Responden Bersasarkan Jumlah Pemebelian 58
4.3.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi 60
4.3.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Membeli 62
4.3.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Menu Favorit 64
4.4 Uji Validitas dan Reabilitas 65
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda 70
4.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2) 73
4.7 Uji F 74
4.8 Pembahasan Hasil Analisa Data 75
4.8.1 Pengaruh Produk Terhadap Minat Beli Konsumen 75
4.8.2 Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Konsumen 77
4.8.3 Pengaruh Tempat terhadap Minat Beli Konsumen 79
4.8.4 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen 80
4.8.5 Pengaruh Orang (Karyawan) Terhadap Minat Beli Konsumen 82
4.8.6 Pengaruh Proses Terhadap Minat Beli Konsumen 84
4.8.7 Pengaruh Bukti FisikTerhadap Minat Beli Konsumen 85
BAB V PENUTUP 87
5.1 Kesimpulan 87
5.2 Saran 87
DAFTAR PUSTAKA 88
LAMPIRAN 96

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1. Kriteria nilai interval preferensi 41
Tabel 4. 1 Aspek / Lokasi Lalapan Cak Yono 45
Tabel 4. 2 Uji Validitas 66
Tabel 4. 3 Uji Reliabilitas 70
Tabel 4. 4 Hasil Analisa Regresi Linear Berganda 71
Tabel 4. 5 Hasil Uji Koefisien Determinasi R2 73
Tabel 4. 6 Tabel Uji F 74

UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI
MALANG

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Pikir..... 5
Gambar 4.1 Peta Lalapan Cak Yono 46
Gambar 4.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 48
Gambar 4.3 Profil Responden Berdasarkan Umur..... 50
Gambar 4.4 Profil Responden berdasarkan Pendidikan..... 52
Gambar 4.5 Profil Responden Berdasrkan Jumlah Anggota Keluarga..... 54
Gambar 4.6 Profil Responden Bersarkan Pekerjaan 55
Gambar 4.7 Profil Responden Berdasrkan Pendapatan 57
Gambar 4.8 Profil Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian 58
Gambar 4.9 Profil Responden Berdasarkan Sumber Informasi 60
Gambar 4.10 Profil Reponden Berdasarkan Frekuensi Membeli 62
Gambar 4.11 Profil Responden Berdasarkan Menu Favorit 64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Kusioner Penelitaian 96
Lampiran 1.2 Karaterisstik Responden di Warung Cak Yono 103
Lampiran 1.3 Tabulasi Data Jawaban Responden 112
Lampiran 1.4 Hasil Uji Validitas 138
Lampiran 1.5 Hasil Uji Reabilitas 144
Lampiran 1.6 Descriptive Statistics 147
Lampiran 1.7 Model Summary Regresi Linear Berganda 147
Lampiran 1.8 Hasil Uji F 148
Lampiran 1.9 Uji Statistik 148
Lampiran 1.10 Dokumentasi Penelitian Di Lalapan Cak Yono Kota Malang.... 151