

**ANALISIS USAHA PEMBIBITAN DAN PENGARUH BAURAN
PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI BIBIT ITOH
(Studi kasus CV. Telaga Nursery)**

Oleh Nicholas Manalu
Dibimbing Oleh Budiarto dan Agus Surata

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis (1) usaha pembibitan dan (2) pengaruh produk, harga, promosi, dan tempat terhadap keputusan membeli bibit Itoh milik Telaga Nursery. Metode dasar dalam penelitian ini adalah Deskriptif. Metode pelaksanaan yang di gunakan adalah Studi Kasus. Macam data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Pengambilan data primer dilakukan dengan wawancara langsung dengan konsumen yang membeli bibit itoh. Hasil penghitungan analisis usaha yang didapatkan bahwa setiap tahunnya pembelian bibit itoh selalu mengalami peningkatan yang menunjukkan bahwa permintaan akan bibit itoh setiap tahunnya mengalami peningkatan. Teknik analisis yang di gunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linier Berganda Keuntungan rata-rata pertahun dari usaha pembibitan klengkeng CV.Telaga Nursery adalah sebesar Rp 90.296.834. Nilai persamaan yang didapat adalah $Y = 0,253 + 0,532 \text{ produk} + (-0,071) \text{ harga} + 0,207 \text{ promosi} + 0,300 \text{ tempat}$. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa variabel produk, harga, promosi, tempat, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen membeli produk pada CV. Telaga Nursery dengan merek bibit Itoh (nilai probabilitas $0,000 \leq (0,05)$). Hal ini dapat diartikan, jika produk, harga, promosi, tempat, dan promosi meningkat, maka keputusan konsumen membeli produk pada CV. Telaga Nursery dengan merek bibit Itoh juga akan mengalami peningkatan.

Kata Kunci : Penerimaan, Keuntungan, Produk, Harga, Promosi, Tempat, dan Keputusan Membeli.

**An Analysis of Nursery Business and the Influence of Mixing Marketing
to the Buying Decision of Itoh seeds
(Case study of CV. Telaga Nursery)**

By Nicholas Manalu
Supervised by Budiarto and Agus Surata

ABSTRACT

The aim of this study is on analysing (1) nursery business and (2) the influence of product, price, promotion, and through the purchasing Itoh Super decision making by Telaga Nursery. This study also employs basic method in which is called as descriptive method. Then, the implementation method which is employed is case study. The procedure of collecting primary data is the direct interview with the customers of Itoh seeds. The calculation result of business analysis found that every year the purchase of seeds experience an increase which indicates that the demand for Itoh seeds is increasing in every year. The technique of analysis which is employed in this study is Multiple Linear Regression which resulted that the average profit per year from this business of CV. Telaga Nursery klengkeng is about Rp 90.296.834. The value of the equation obtained is in $Y = 0,253 + 0,532 \text{ product} + (-0,071) \text{ price} + 0,207 \text{ promotion} + 0,300 \text{ place}$. The result of regression analysis shows that product, price, promotion, place, and promotion variables significantly influence consumer purchasing decision on CV. Telaga Nursery under the brand name Itoh Super (under probability value $0.000 \leq (0.05)$). It can be concluded that when the product, price, promotion, place and promotion increase, the consumer decision to buy the product at CV Telaga Nursery with brand Itoh also increase.

Key words: Revenue, Profit, Product, Price, Promotion, Place, and Buying Decision.