

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP TINGKAT  
PENYERAPAN PUPUK SUBSIDI (STUDI KASUS KUD WARAS DESA  
PULUNG PONOROGO)**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**Nama : Nanda Auliya Rifki**

**NIM : 21415456**

**Program Studi : Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2026**

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP TINGKAT  
PENYERAPAN PUPUK SUBSIDI (STUDI KASUS KUD WARAS DESA  
PULUNG PONOROGO)**

**SKRIPSI**



Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat – syarat  
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)  
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

**Oleh:**

**Nama : Nanda Auliya Rifki**

**NIM : 21415456**

**Program Studi : Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2026**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul	:	Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Tingkat Penyerapan Pupuk Subsidi (Studi Kasus KUD Waras Desa Pulung Ponorogo)
Nama	:	Nanda Auliya Rifki
NIM	:	21415456
Tempat, Tanggal Lahir	:	Ponorogo, 06 Mei 2003
Program Studi	:	Manajemen

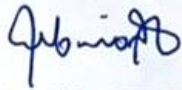
Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk mengikuti ujian Skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 16 Februari 2026

Pembimbing I

  
Wahna Widhianingrum, SP, MM  
NUPTK. 3439764665230213

Pembimbing II

  
Siti Chamidah, SE., M.Si  
NUPTK. 3851749650230102

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi


  
  
Dr. Slamet Santoso, SE, M.Si  
19701016 199904 12

Dosen Penguji


Ketua

  
(Wahna Widhianingrum, SP, MM)  
NUPTK. 3439764665230213

Sekretaris

  
(Titis Purwaningrum, SE., M.MA)  
NUPTK. 6736748649230192

Anggota

  
(Dwi Warni Wahyuningsih, SE., MM)  
NUPTK. 4742764665231052

## PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI) dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis disuatu institusi pendidikan dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 16 Februari 2026



Nanda Auliya Ritki  
NIM. 21415456



## MOTTO

*Saya percaya bahwa hidup adalah tentang proses yang dijalani dengan kejujuran, kesabaran, dan tanggung jawab. Setiap langkah, sekecil apa pun, memiliki arti ketika dilakukan dengan niat yang baik dan usaha yang sungguh-sungguh. Saya memilih untuk terus belajar dari kegagalan, bersyukur atas pencapaian, serta tetap rendah hati dalam keberhasilan. Dengan ikhtiar yang konsisten dan doa yang tidak putus, saya yakin setiap usaha akan menemukan jalannya pada waktu terbaik.*

*Hidup tidak selalu ramah, dan sering kali berjalan di luar rencana. Ada masa di mana lelah, kecewa, dan ingin menyerah datang bersamaan, namun setiap tekanan justru membentuk keteguhan. Saya memilih untuk tetap berjalan meski perlahan, belajar menerima keadaan tanpa kehilangan harapan, dan menjadikan setiap pengalaman sebagai pelajaran untuk tumbuh menjadi pribadi yang lebih dewasa dan bijaksana.*

*-Nanda Auliya Rifki-*

## PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Tiada lembar paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan, skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Allah SWT. Atas segala rahmat, kekuatan, dan hikmah yang Kau berikan dalam setiap langkah saya. Tanpa pertolongan-Nya, tidak mungkin saya bisa menyelesaikan perjalanan ini dan bisa berada sampai di fase ini.
2. Kepada Ibu Sri widiyawati, Ibu terhebat saya yang selalu menjadi penyemangat sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia. Yang doa dan ridhonya selalu bersama dengan saya, Mencurahkan kasih sayang, perhatian, Motivasi, nasihat serta banyak hal kepada saya hingga saya bisa menjalankan segala proses dalam kehidupan saya.
3. Kepada Bapak Suyitno yang tak kalah penting dihidup saya. Bapak terhebat yang sangat sayangi dan sangat saya banggakan yang telah memberi saya dorongan hidup mandiri dari kecil, mendidik saya dengan penuh disiplin dan dengan penuh rasa tanggung jawab sehingga saya bisa bertanggung jawab untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepada Suami saya tercinta Mas Nugroho terimakasih sebesar-besarnya yang senantiasa memberikan dukungan, doa, kasabaran, serta motivasi tanpa henti selama proses penyusunan skripsi ini. Dengan penuh pengertian dan ketulusan, suami selalu hadir sebagai penyemangat di setiap langkah, baik dalam suka maupun duka, sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Dosen Pembimbing dan seluruh Dosen di Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo, yang telah membimbing dan membagikan ilmu yang sangat berharga selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
6. Teman-teman seperjuangan, yang telah menjadi sahabat dalam suka dan duka selama masa studi. Terima kasih atas kerja sama, motivasi, dan kenangan yang telah kita lalui bersama.

7. Kepada para teman kerja yang selalu bisa saling mensupport dan mau mendengarkan serta bertukar cerita satu sama lain.
8. Kepada Mas Wahyu Mahendra yang telah membantu saya dalam keadaan urgent dan membantu saya selama berproses. Terimakasih atas banyak hal yang selalu diceritakan semasa kuliah-nya agar menjadi motivasi untuk saya untuk menjadi pribadi yang lebih tenang dalam menghadapi hal apapun termasuk sidang skripsi.
9. Kepada rekan-rekan saya dan seluruh pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu. yang sudah memberikan semangat dan membantu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
10. Kepada Denny Caknan terimakasih yang lagunya senantiasa memberikan semangat dan menemani disaat pembuatan karya ilmiah ini dari awal hingga saat ini sudah selesai.
11. Dan terakhir untuk diriku sendiri yaitu penulis karya ilmiah ini Nanda Auliya Rifki, yang lahir di Ponorogo 06 Mei 2003 yang sudah menjadi seorang istri. Anak yang dulunya sangat menyebalkan dan keras kepala (mungkin sampai sekarang juga), anak tunggal yang tidak dimanja orang tua dan memilih untuk kuliah sambil bekerja yang sangat sulit untuk mengatur waktu dan sekarang sudah finish. Terimakasih sudah berjuang sampai akhirnya bisa mencapai finish walaupun sampai semester 9, terimakasih sudah bertahan sampai saat ini untuk mendapatkan gelar yang cukup sulit ini, terimakasih atas duka maupun duka yang telat terlewati dan juga semoga bisa menjadi seorang istri yang memiliki saham IHSG 100 lot. Semoga ini menjadi awal dari langkah-langkah besar selanjutnya.

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Wr.Wb*

Puji syukur Alhamdulillah kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah – Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Tingkat Penyerapan Pupuk Subsidi (Studi Kasus KUD Waras Desa Pulung Ponorogo)”.

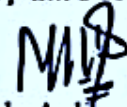
Penyelesaian skripsi ini tentu saja tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih dan penghargaan kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Slamet Santoso, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Bapak Dr. Riawan, S.Pd., M.M., selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Ibu Wahna Widhianingrum Ibu Naning Kristiyana, S.E.,M.M, selaku Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, petunjuk, bantuan dan koreksi serta saran hingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
4. Ibu Siti Chamidah, S.E., M.Si., selaku pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu serta memberikan tuntunan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi.
5. Pimpinan dan Staf KUD Waras Desa Pulung Ponorogo yang telah bersedia membantu memberikan informasi dan data yang dibutuhkan oleh peneliti
6. Bapak dan ibu dosen serta karyawan di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang membantu dalam kebutuhan administrasi.
7. Orang tua dan orang terdekat yang selalu mendo'akan keberhasilan peneliti.
8. Seluruh rekan S1 Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang saling membantu dan mendoakan agar skripsi dapat diselesaikan dengan baik.
9. Semua pihak yang telah membantu peneliti menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu.
10. Diri saya sendiri yang sudah bekerja keras dan berusaha sebaik mungkin hingga bisa menyelesaikan skripsi ini.

Semoga skripsi ini berguna baik bagi diri saya sendiri maupun bagi pihak lain yang memanfaatkannya.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Ponorogo, 15 Februari 2026



Nanda Auliyah Rifki  
NIM. 21415456



## DAFTAR ISI

COVER LUAR .....	ii
COVER DALAM .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENULISAN .....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
RINGKASAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
RINGKASAN .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	8
1.3. Tujuan Penelitian .....	8
1.4. Kegunaan Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Landasan Teori.....	11
2.1.1. Manajemen .....	11
2.1.2. Pemasaran .....	15
2.1.3. Perilaku Konsumen .....	24
2.1.4. Tingkat Penyerapan Pupuk Subsidi .....	30
2.1.5. Produk ( <i>Product</i> ) .....	36
2.1.6. Harga (Produk) .....	38
2.1.7. Tempat ( <i>Place/Distribution</i> ).....	41
2.1.8. Promosi ( <i>Promotion</i> ) .....	41
2.2. Penelitian Terdahulu .....	48
2.3. Kerangka Pemikiran.....	50

2.4. Hipotesis Penelitian.....	51
BAB III METODE PENELITIAN .....	60
3.1. Ruang Lingkup Penelitian.....	60
3.2. Populasi dan Sampel .....	60
3.2.1. Populasi .....	60
3.2.2. Sampel .....	61
3.3. Definisi Operasional Variabel .....	62
3.3.1. Variabel Bebas ( <i>Independent Variabel</i> ) .....	62
3.3.2. Variabel Terikat ( <i>Dependent Variabel</i> ) .....	66
3.4. Jenis dan Sumber Data .....	67
3.4.1. Data .....	67
3.4.2. Sumber Data .....	67
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	68
3.6. Teknik Analisis Data .....	68
3.6.1. Uji Instrumen.....	68
3.6.2. Uji Regresi Linear Berganda .....	70
3.6.3. Uji Hipotesis .....	71
3.6.4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	72
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	74
4.1. Hasil Penelitian .....	74
4.1.1. Profil KUD Waras Desa Pulung Ponorogo .....	74
4.1.2. Profil Responden .....	78
4.1.3. Tanggapan Responden.....	82
4.2. Analisis Data .....	88
4.2.1. Uji Instrumen.....	88
4.2.2. Analisis Regresi Linear Berganda .....	91
4.2.3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	93
4.2.4. Uji Hipotesis .....	93
4.3. Pembahasan.....	99
4.3.1. Pengaruh Produk (X1) Terhadap Tingkat Penyerapan Pupuk pada KUD Waras Desa Pulung Ponorogo .....	99

4.3.2. Pengaruh Harga (X2) Terhadap Tingkat Penyerapan Pupuk pada KUD Waras Desa Pulung Ponorogo .....	102
4.3.3. Pengaruh Tempat (X3) Secara Parsial Terhadap Tingkat Penyerapan Pupuk pada KUD Waras Desa Pulung Ponorogo .....	104
4.3.4. Pengaruh Promosi (X4) Secara Parsial Terhadap Tingkat Penyerapan Pupuk pada KUD Waras Desa Pulung Ponorogo .....	107
4.3.5. Pengaruh Produk, Harga, Tempat dan Promosi Secara Bersama Sama Terhadap Tingkat Penyerapan Pupuk pada KUD Waras Desa Pulung Ponorogo .....	110
BAB V PENUTUP .....	112
5.1. Kesimpulan .....	112
5.2. Saran.....	113
DAFTAR PUSTAKA .....	116
LAMPIRAN.....	119



## DAFTAR TABEL

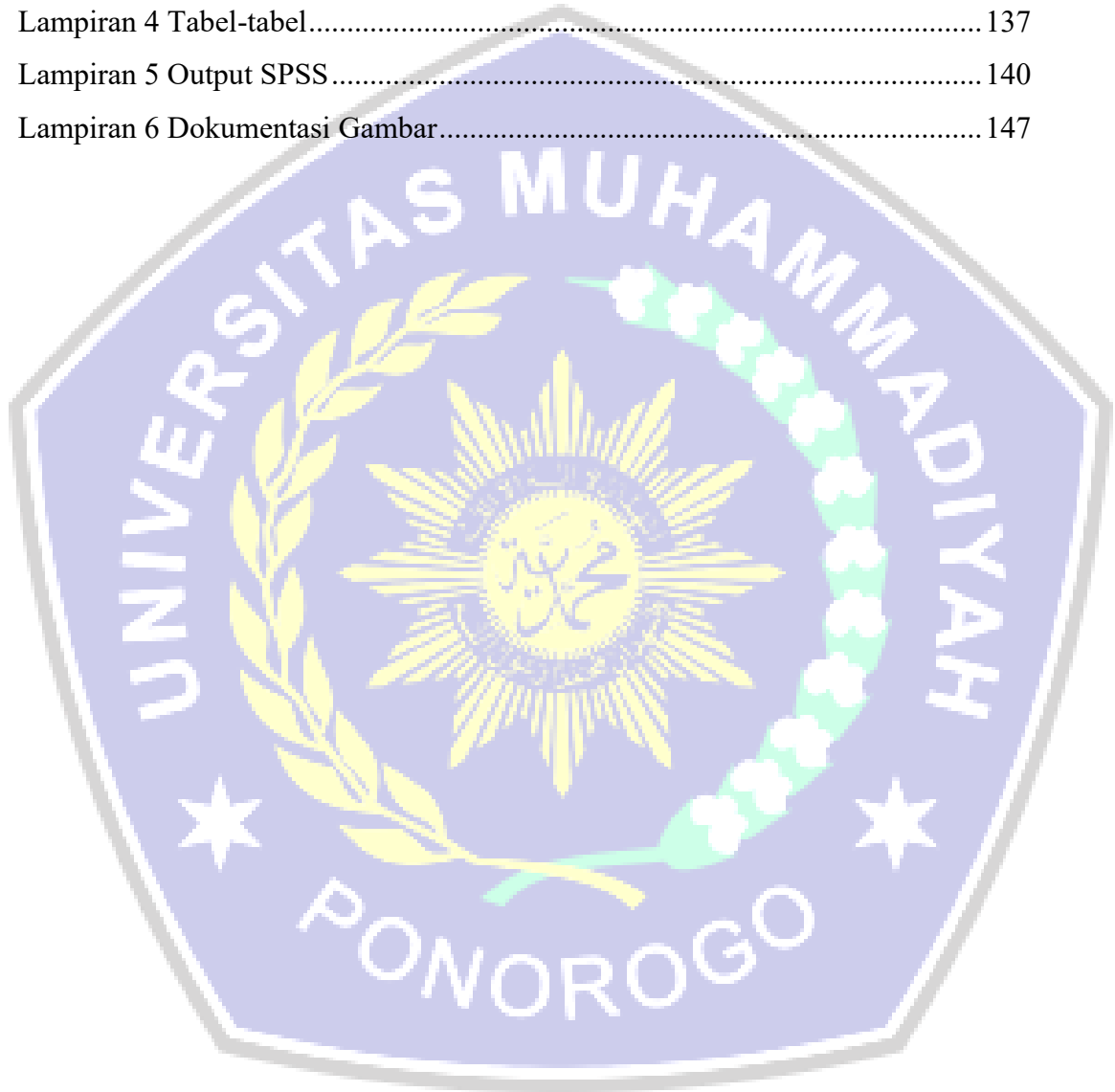
Tabel 1.1. Agregat: Alokasi, Target, dan Realisasi Nasional Pupuk Bersubsidi Per November 2024.....	4
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	48
Tabel 4.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	78
Tabel 4.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Umur .....	79
Tabel 4.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan .....	80
Tabel 4.4. Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan .....	81
Tabel 4.5. Tanggapan Responden Variabel Produk (X1).....	82
Tabel 4.6. Tanggapan Responden Variabel Harga (X2).....	84
Tabel 4.7. Tanggapan Responden Variabel Tempat (X3) .....	85
Tabel 4.8. Tanggapan Responden Variabel Promosi (X4).....	86
Tabel 4.9. Tanggapan Responden Variabel Tingkat Penyerapan Pupuk (Y) .....	87
Tabel 4.10. Uji Validitas.....	89
Tabel 4.11. Uji Reliabilitas .....	90
Tabel 4.12. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	91
Tabel 4.13. Hasil Analisis Korelasi Berganda.....	93
Tabel 4.14. Uji t Pengaruh Variabel Produk Terhadap Tingkat Penyerapan Pupuk .....	94
Tabel 4.15. Uji t Pengaruh Variabel Harga Terhadap Tingkat Penyerapan Pupuk .....	95
Tabel 4.16. Uji t Pengaruh Variabel Tempat Terhadap Tingkat Penyerapan Pupuk .....	96
Tabel 4.17. Uji t Pengaruh Variabel Promosi Terhadap Tingkat Penyerapan Pupuk .....	97
Tabel 4.18. Hasil Uji F.....	98
Tabel 4.19. Implikasi Manajerial untuk KUD Waras .....	111

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. KUD Waras Desa Pulung Ponorogo.....	8
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....	50
Gambar 4.1. KUD Waras Desa Pulung Ponorogo.....	75
Gambar 4.2. Struktur KUD Waras Desa Pulung Ponorogo.....	75
Gambar 4.3. Daerah Penentuan Pengaruh Produk terhadap Tingkat Penyerapan Pupuk.....	94
Gambar 4.4. Daerah Penentuan Pengaruh Harga terhadap Tingkat Penyerapan Pupuk.....	96
Gambar 4.5. Daerah Penentuan Pengaruh Tempat terhadap Tingkat Penyerapan Pupuk.....	98
Gambar 4.6. Daerah Penentuan Pengaruh Promosi terhadap Tingkat Penyerapan Pupuk.....	98
Gambar 4.7. Daerah Penentuan Pengaruh Variabel Independen/ $X_1$ , $X_2$ , $X_3$ dan $X_4$ (Produk, Harga, Tempat dan Promosi secara bersama-sama terhadap variabel dependen/ $Y$ (Tingkat Penyerapan Pupuk) .....	99

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	120
Lampiran 2 Data Demografis .....	123
Lampiran 3 Data Mentah .....	128
Lampiran 4 Tabel-tabel.....	137
Lampiran 5 Output SPSS.....	140
Lampiran 6 Dokumentasi Gambar.....	147



## RINGKASAN

### PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP TINGKAT PENYERAPAN PUPUK SUBSIDI (STUDI KASUS KUD WARAS DESA PULUNG PONOROGO)

Nanda Auliya Rifki, Wahna Widhianingrum dan Siti Chamidah

**Universitas Muhammadiyah Ponorogo**

Secara keseluruhan, strategi produk, harga, tempat, dan promosi mempengaruhi tingkat penyerapan pupuk subsidi. Keempat strategi pemasaran ini saling berkaitan dan membentuk sinergi. Strategi pemasaran terintegrasi, yang memastikan produk berkualitas dan sesuai kebutuhan, harga yang adil, tempat yang mudah diakses, dan promosi yang informatif, akan memberikan pengalaman positif bagi petani. Pengalaman ini akan mendorong petani untuk secara konsisten membeli pupuk dari distributor, yang secara langsung meningkatkan tingkat penyerapan pupuk subsidi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu data yang dapat dihitung berupa angka-angka. Penelitian dengan metode kuantitatif ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Tingkat Penyerapan Pupuk Subsidi (Studi Kasus KUD Waras Desa Pulung Ponorogo). Analisis data penulis lakukan diawali dengan pengumpulan dan pengolahan data berupa kuesioner tertutup dengan skala likert dimana alternatif jawaban nilai 1 sampai dengan 5.

Berdasarkan Berdasarkan analisis data diperoleh kesimpulan: 1) Produk berpengaruh terhadap Tingkat Penyerapan Pupuk Subsidi dengan nilai t hitung sebesar  $4,514 > t$  tabel 1,990 koefisien regresi 0,105 dan nilai signifikansi 0,008 atau lebih kecil dari 0,05. 2) Harga berpengaruh terhadap Tingkat Penyerapan Pupuk Subsidi dengan nilai t hitung sebesar  $3,935 > t$  tabel 1,990 koefisien regresi 0,155 dan nilai signifikansi 0,030 atau lebih kecil dari 0,05. 3) Tempat berpengaruh terhadap Tingkat Penyerapan Pupuk Subsidi dan nilai t hitung sebesar  $9,934 > t$  tabel 1,990 koefisien regresi 0,444 dan nilai signifikansi 0,046 atau lebih kecil dari 0,05. 4) Promosi berpengaruh terhadap Tingkat Penyerapan Pupuk Subsidi dan nilai t hitung sebesar  $2,926 > t$  tabel 1,990 koefisien regresi 0,140 dan nilai signifikansi 0,035 atau lebih kecil dari 0,05. 5) Produk, Harga, Tempat dan Promosi secara bersama-sama/simultan berpengaruh terhadap Tingkat Penyerapan Pupuk Subsidi dengan nilai F hitung sebesar  $3,670 > F$  tabel 2,49 dan nilai signifikansi 0,008 atau lebih kecil dari 0,05.

**Key Words:** Produk, Harga, Tempat, Promosi, Tingkat Penyerapan

## ABSTRACT

### THE EFFECT OF MARKETING STRATEGIES ON SUBSIDIZED FERTILIZER ABSORPTION (CASE STUDY OF KUD WARAS, PULUNG VILLAGE, PONOROGO)

Nanda Auliya Rifki, Wahna Widhianingrum, and Siti Chamidah

Muhammadiyah University of Ponorogo

Overall, product, price, place, and promotion strategies influence the absorption rate of subsidized fertilizer. These four marketing strategies are interrelated and synergistic. An integrated marketing strategy, which ensures quality and appropriate products, fair prices, easily accessible locations, and informative promotions, will provide a positive experience for farmers. This experience will encourage farmers to consistently purchase fertilizer from distributors, which directly increases the absorption rate of subsidized fertilizer.

This study uses a quantitative approach, namely data that can be calculated in the form of numbers. This quantitative research method aims to determine the effect of marketing strategies on the absorption rate of subsidized fertilizer (Case Study of KUD Waras, Pulung Village, Ponorogo). The author conducted data analysis beginning with data collection and processing in the form of a closed-ended questionnaire with a scale of Likert where the answer alternatives are 1 to 5.

Based on the data analysis, the following conclusions were obtained: 1) Product influences the Subsidized Fertilizer Absorption Rate with a calculated t value of  $4.514 > t$  table 1.990, a regression coefficient of 0.105 and a significance value of 0.008 or less than 0.05. 2) Price influences the Subsidized Fertilizer Absorption Rate with a calculated t value of  $3.935 > t$  table 1.990, a regression coefficient of 0.155 and a significance value of 0.030 or less than 0.05. 3) Place influences the Subsidized Fertilizer Absorption Rate and a calculated t value of  $9.934 > t$  table 1.990, a regression coefficient of 0.444 and a significance value of 0.046 or less than 0.05. 4) Promotion influences the Subsidized Fertilizer Absorption Rate, with a calculated t-value of  $2.926 > t$ -table value of 1.990, a regression coefficient of 0.140, and a significance value of 0.035, or less than 0.05. 5) Product, Price, Place, and Promotion simultaneously influence the Subsidized Fertilizer Absorption Rate, with a calculated F-value of  $3.670 > F$ -table value of 2.49, and a significance value of 0.008, or less than 0.05.

**Keywords:** Product, Price, Place, Promotion, Absorption Rate