



**DAMPAK PEMASARAN TRADISIONAL DAN
BAURAN PEMASARAN TERHADAP MAKANAN
TRADISIONAL LEPET**

TESIS

UNIVERSITAS
LENIA
MERCU BUANA
55121110082

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2023**



**DAMPAK PEMASARAN TRADISIONAL DAN
BAURAN PEMASARAN TERHADAP MAKANAN
TRADISIONAL LEPET**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Manajemen

**UNIVERSITAS
LENIA
MERCU BUANA**
55121110082

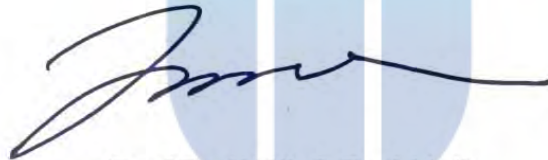
**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Dampak Pemasaran Tradisional dan Bauran Pemasaran
Terhadap Makanan Tradisional Lepet
Bentuk Tesis : Penelitian
Nama : Lenia
NIM : 55121110082
Program : Magister Manajemen
Tanggal : 25 Agustus 2023

Mengesahkan

Pembimbing



(Prof Dr. Didik J. Rachbini)

UNIVERSITAS

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Magister Manajemen

MERCU BUANA



(Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak)



(Dr. Lenny Cristina Nawangsari, MM)

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : Dampak Pemasaran Tradisional dan Bauran Pemasaran Terhadap Makanan Tradisional Lepet

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Lenia

NIM : 55121110082

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 25 Agustus 2023

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

MERCU BUANA

Jakarta, 25 Agustus 2023



(Lenia)

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*


Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Lenia
NIM : 55121110082
Program Studi : Magister Manajemen

dengan judul

“*Dampak Pemasaran Tradisional dan Bauran Pemasaran Terhadap Makanan tradisional Lepet*”,
telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 4 Agustus
2023, didapatkan nilai persentase sebesar 18%.

Jakarta, 4 Agustus 2023
Administrator Turnitin



Arif Pangudi, A.Md

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini dengan judul “Dampak Pemasaran Tradisional dan Bauran Pemasaran Terhadap Makanan Tradisional Lepet”. Tesis ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Penyusunan Tesis ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, terutama Prof. Dr. Didik J. Rachbini sebagai pembimbing atas peran besarnya dalam penyelesaian Tesis ini. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis juga ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Tesis ini, yaitu:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Andriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Lenny Cristina Nawangsari, MM, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Dudi Permana, Ph.D selaku ketua penguji ujian akhir Tesis, yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan Tesis ini.
5. Dr. Adi Nurmahdi, MBA selaku dosen penguji ujian akhir Tesis, yang telah memberikan masukan dan saran agar Tesis ini menjadi lebih baik.
6. Teman dan para konsumen produk, yang telah bersedia menjadi responden pada penelitian ini.
7. Teristimewa, kedua Orangtuaku, Kakak serta Adik yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan Tesis ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam Tesis ini. Akhir kata, semoga Tesis ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 25 Agustus 2023

Lenia

DAFTAR ISI

<i>ABSTRACT</i>	i
ABSTRAK.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kontribusi Penelitian.....	8
1.4.1 Kontribusi Praktis.....	8
1.4.2 Kontribusi Teoretis	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	10
2.1 Kajian Teori.....	10
2.1.1 Pemasaran Sosial (Social Marketing).....	10
2.1.2 Pemasaran Tradisional (Traditional Marketing).....	12
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	15
2.1.3 Kesadaran Produk (Product Awareness)	24
2.2 Penelitian terdahulu.....	25
2.3 Pengembangan Hipotesis	44
2.3.1 Keterkaitan Antar Variabel Penelitian.....	44
2.3.2 Model Penelitian	48
2.3.3 Hipotesis	50
BAB III METODE PENELITIAN	51
3.1 Desain Penelitian.....	51

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel	51
3.2.1 Definisi Variabel.....	51
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	52
3.3 Populasi dan Sampel	53
3.4 Metode Pengumpulan Data	55
3.4.1 Data Primer	55
3.4.2 Data Sekunder.....	56
3.5.1 Statistik Deskriptif.....	57
3.5.2 Analisis Structural Equation Model (SEM).....	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	64
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	64
4.2 Statistik Deskriptif.....	65
4.2.1 Deskripsi Responden	65
4.3 Hasil Analisis PLS (Partial Least Square).....	65
4.3.1 Hasil Uji Model Pengukuran (Outer Model).....	67
4.3.2 Hasil Uji Struktural (Inner model).....	71
4.4 Pembahasan	75
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	82
5.1 Simpulan.....	82
5.2 Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....	85
DAFTAR LAMPIRAN.....	92
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	123

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Perbedaan Pemasaran Modern dan Tradisional.....	16
Tabel 2. 2 Penelitian terdahulu.....	26
Tabel 3. 1 Variabel, Dimensi, dan Indikator.....	53
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	56
Tabel 4. 1 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	67
Tabel 4. 2 Hasil Pengujian Cronbach's Alpha, Composite Reliability & AVE ...	68
Tabel 4. 3 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i>	70
Tabel 4. 4 Hasil pengujian SRMR dan NFI.....	71
Tabel 4. 5 Nilai Hasil Uji R^2	72
Tabel 4. 6 Nilai Hasil Uji Q^2	73
Tabel 4. 7 Nilai Hasil Uji F-square.....	73
Tabel 4. 8 Hasil Uji Nilai Koefisien.....	74
Tabel 4. 9 Hasil Uji Nilai T Statistics.....	75



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	49
Gambar 4. 1 Asal Daerah Responden.....	65
Gambar 4. 2 Model Structural Equation Model (SEM) Penelitian.....	66
Gambar 4. 3 Hasil Pengujian Inner Model.....	71
Gambar 4. 4 Nilai Hasil Uji R ²	72



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Permohonan Pengisian Kuesioner	92
Lampiran 2 Karakteristik Responden dan Petunjuk Pengisian	92
Lampiran 3 Hasil Kuesioner	94
Lampiran 4 Hasil Statistik Deskriptif	115



UNIVERSITAS
MERCU BUANA