

**ANALISIS PERSPEKTIF KONSUMEN TERHADAP IMPLEMENTASI
MARKETING MIX PADA USAHA MARTABAK PECENONGAN 78
KOTA AMBON**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada
Program Studi Manajemen Bisnis Syariah**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) AMBON 2024**

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul *Analisis Perspektif Konsumen Terhadap Implementasi Marketing Mix Pada Usaha Martabak Pecenongan 78 di Kota Ambon* yang disusun oleh saudari **Fufut Dianah Wasahua NIM: 200107005** Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ambon, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang Munaqasyah yang diselenggarakan pada tanggal 25 Juni 2024, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar **Sarjana Ekonomi (S.E)** Di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah.

Demikian Persetujuan ini diberikan untuk proses selanjutnya

Ambon, 25 Juni 2024

DEWAN MUNAQASYAH

Ketua	: Dr. Husin Wattimena, M.Si	(.....)
Sekretaris	: Afdal Yaman, M.Sc	(.....)
Penguji I	: Dr. Mar'atun Shalihah, M.Si	(.....)
Penguji II	: Andi Ismail Marasabessy, MM	(.....)
Pembimbing I	: Dr. Fitria Karnudu, MM	(.....)
Pembimbing II	: Arizal Hamizar, M.Si	(.....)

Diketahui Oleh
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Ambon



Dr. Husin Wattimena, M.Si
NIP: 196811271999031001

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fufut Dianah Wasahua
NIM : 200107005
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Analisis Perspektif Konsumen Terhadap Implementasi Marketing Mix pada Usaha Martabak Pecenongan 78 Kota Ambon.

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat. Jika kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Ambon 10 Juni 2024

Penyusun



Fufut Dianah wasahua
NIM.200107005

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

*“Allah tidak membebani seseorang
melainkan sesuai dengan kesanggupannya”.*

(Qs. Al-Baqarah: 286)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

1. Ayahanda Bapak Djafar Wasahua dan, Ibunda Rittimase Sangadji terima kasih untuk cinta, kasih sayang, pengorbanan, dukungan, nasehat, dan doa-nya yang tiada berhenti.

ABSTRAK

Nama : Fufut Dianah Wasahua
NIM : 200107005
Jurusan : Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Analisis Perspektif Konsumen Terhadap Implementasi Marketing Mix Pada Usaha Martabak Pecenongan 78 Kota Ambon.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perspektif konsumen terhadap implementasi Marketing Mix pada Martabak Pecenongan 78 di kota Ambon. Untuk mengetahui perspektif konsumen terhadap implementasi Marketing Mix pada Martabak Pecenongan 78 di kota Ambon perspektif bisnis islam.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field Rsearch*), yaitu penelitian yang memusatkan perhatian pada suatu kasus secara intensif dan terperinci mengenai mengenai latar belakang keadaan sekarang yang dipermasalahkan. Penelitian ini menggunakan jenis kualitatif dengan metode Penelitian deskriptif yaitu menggambarkan secara mendalam dengan apa adanya secara objektif sesuai dengan data yang dikumpulkan.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa implementasi marketing mix yang diterapkan oleh pihak martabak pecenongan 78 kota ambon sudah sesuai dengan perspektif konsumen mulai dari segi harga, produk, tempat dan promosi. Kemudian jika ditinjau dari perspektif bisnis islam implementasi marketing mix yang diterapkan dibenarkan dalam islam, dimana pihak martabak pecenongan selalu mengutamakan kepuasan konsumen dengan memperhatikan kualitas produk dan selalu mengutamakan prinsip kejujuran dan keadilan sehingga konsumen tidak merasa dirugikan

Kata Kunci: Perspektif Konsumen, Marketing Mix. Perspektif Bisnis Islam

KATA PENGANTAR



Ungkapan syukur kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan segala rahmat, hidayah, nikmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga memudahkan penulis dalam melaksanakan penyusunan karya tulis ilmiah pada tingkat strata 1 (satu), di lembaga pendidikan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ambon.

Shalawat serta salam tak lupa pula disampaikan kepada baginda Nabi besar kita, Muhammad Rasulullah SAW, para sahabat, dan pengikutnya serta keluarganya, yang turut bersama menyiarkan *dinullah* di bumi Allah, semoga kita adalah pengikut yang setia dalam merealisasikan ilmunya di muka bumi ini.

Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak menerima bantuan masukan, bimbingan, petunjuk-petunjuk, dan dorongan dari berbagai pihak yang semuanya ini sangat membantu penulis dalam rangka menyusun skripsi ini sehingga dapat diselesaikan dengan baik.

Terima kasih untuk kedua orang tua tercinta Ibunda Rittimase Sangadji dan ayahanda Bapak Djafar Wasahua yang telah melahirkan dan membesarkan penulis, merawat dengan penuh kasih sayang yang tak kenal putus asa sehingga penulis mampu menuntut ilmu hingga saat ini, serta dukungan baik moril maupun materi hingga penulis mampu bertahan menyelesaikan skripsi ini. Oleh sebab itu melalui kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Zainal A. Rahawarin, M.Si, selaku Rektor IAIN Ambon.
Bapak Prof. Dr. Adam Latuconsina, M.Si selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik Dan Pengembangan Lembaga. Bapak Dr. Ismail Tuanany, M.M selaku Wakil Rektor II Bidang Administrasi Umum. Dan Bapak Dr. M. Faqih Seknun, M.Pd selaku Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, yang telah memberikan kontribusi besar dalam pengembangan kampus IAIN Ambon;
2. Bapak Dr. Husin Wattimena, M.SI selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Bapak Dr. Rajab, M.Ag selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik dan Pengembangan. Bapak Hasan, M.Ag selaku Wakil Dekan II Bidang Perencanaan dan Keuangan;
3. Ibu Fitria Karnudu, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, dan Sekretaris Program Studi, Ibu Dety Aryani Relubun, M.Si
4. Ibu Fitria Karnudu, M.M selaku Pembimbing I, dan Bapak Arizal Hamizar, M.Si selaku Pembimbing II, yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing saya dalam penulisan ilmiah ini;
5. Ibu Dr.Mar'atun Shaliha, M.Si selaku Penguji I, dan Bapak Andi Ismail Marasabessy, M.M selaku Penguji II, yang telah bersedia melakukan pengujian secara ilmiah atas karya tulis ini;
6. Kepala Perpustakaan IAIN Ambon yang telah memberikan izin serta pelayanannya selama penelitian dan kuliah di IAIN Ambon;
7. Kepada seluruh keluarga tersayang. Terimakasih atas doa dan dukungan kalian.

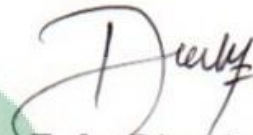
8. Kepada sahabat yang sudah saya anggap sebagai keluarga sendiri yaitu, Sartiwi Umagap dan Desmi Insu Tualeka yang selama ini selalu memberikan dukungan dan doa kepada saya. semoga Allah SWT selalu memberikan kalian Rahmat-Nya yang berlimpah.
9. Semua pihak yang namanya tidak bisa penulis sebutkan satu per satu beserta teman yang selalu bersama saya selama proses perkuliahan, yaitu teman sekelas Manajemen Bisnis Syariah angkatan 2020 dan teman-teman sekampus dari berbagai jurusan yang telah berpartisipasi memberikan masukan, pikiran serta berbagai hal ihwal hingga selesainya penulisan Skripsi ini, semoga Allah SWT membalas segala di kalian;

Terlepas dari segala uraian di atas sebagai pengantar tulisan ini, serta berbagai hal yang menjadi acuan penyusunan hasil penelitian ini, maka kesalahpahaman pengertian dan kurang lengkapnya referensi terhadap konsep keilmuan, dan teorinya adalah hal yang lumrah, dalam perspektif kemampuan manusia, olehnya itu kehadiran hasil penelitian ini juga, merupakan tolak ukur dan kemampuan dalam menganalisa suatu masalah, sehingga kiranya kelengkapan dari kekurangan laporan ini dapat dijadikan sebagai bahan informasi dan perbaikan pada kesempatan berikutnya.

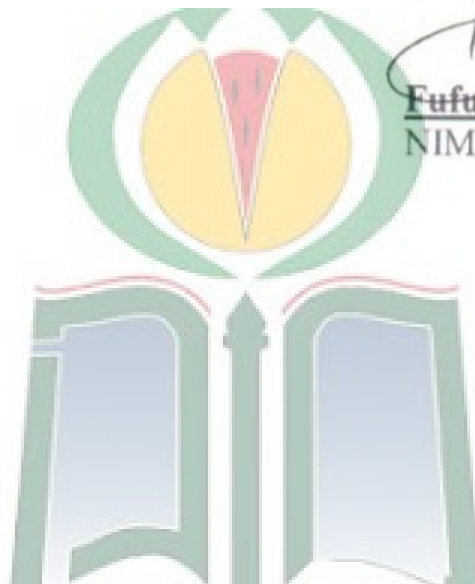
Mengakhiri pengantar tulisan ini sekali lagi atas kooperatif dan pengertiannya saya ucapkan terima kasih yang mendalam

Ambon, 10 Juni 2024

Penyusun



Fufut Dianah Wasahua
NIM.200107005



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PENGESAHAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Definisi Operasional.....	8
BAB II TINJAUAN TEORI	10
A. Konsep Pemasaran	10
1. Penertian Pemasaran	10
2. Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	12
B. Konsep <i>Marketing Mix</i> Dalam Islam	21
C. Perilaku Konsumen	22
1. Pengertian Perilaku Konsumen	22
2. Indikator Perilaku Konsumen.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
A. Jenis Penelitian.....	27
B. Tempat dan Waktu Penelitian	27
C. Informan	27
D. Sumber Data.....	28
E. Teknik Pengumpulan Data.....	28

F. Teknik Analisis Data.....	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	31
A. Deskripsi Lokasi Penelitian	31
1. Profil Martabak Pecenongan 78 Kota Ambon	31
2. Karakteristik Informan.....	32
3. Menu dan Daftar Harga Martabak Pecenongan 78.....	36
B. Hasil Penelitian	41
1. Perspektif konsumen terhadap implementasi marketing mix pada martabak pecenongan 78 kota Ambon	41
2. Perspektif konsumen terhadap implementasi marketing mix pada martabak pecenongan 78 kota Ambon perspektif bisnis islam....	53
C. Pembahasan	61
1. Perspektif konsumen terhadap implementasi marketing mix pada martabak pecenongan 78 kota Ambon	61
2. Perspektif konsumen terhadap bauran pemasaran (marketing mix) perspektif bisnis islam	70
BAB V PENUTUP.....	80
A. Kesimpulan.....	80
B. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1. Jenis Martabak Pecenongan 78 Kota Ambon	36
Tabel 2. Karakteristik Informan Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 3. Karakteristik Informan Berdasarkan Usia.....	38
Tabel 4. Karakteristik Informan Berdasarkan Pendidikan.....	39
Tabel 5. Karakteristik Informan Berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan	43
Tabel 6. Menu dan Daftar Harga Martabak Klasik.....	43
Tabel 7. Menu dan Daftar Harga Martabak Pisang.....	45
Tabel 8. Menu dan Daftar Harga Martabak Pandan	47
Tabel 9. Menu dan Daftar Harga Martabak Tipker.....	48
Tabel 10. Menu dan Daftar Harga Martabak Telur.....	49