

BAURAN PEMASARAN (4P) DI KAFE QUOKKA COFFEE SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Program Studi Agribisnis



Diajukan Oleh :

AINUL YAQIN
NPM : 17024010114

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN JAWA TIMUR
SURABAYA
2023**

BAURAN PEMASARAN (4P) DI KAFE QUOKKA COFFEE SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Program Studi Agribisnis



Diajukan Oleh :

AINUL YAQIN
NPM : 17024010114

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN JAWA TIMUR
SURABAYA
2023**

BAURAN PEMASARAN (4P) DI KAFE QUOKKA COFFEE SURABAYA

Oleh :

AINUL YAQIN
NPM : 17024010114

Telah diterima pada tanggal 10 Juli 2023

Telah disetujui oleh :

Pembimbing Pendamping

Pembimbing Utama



Dr. Ir. Eko Nurhadi, MS.
NIDK. 8935660023



Prof. Dr. Ir. Sri Tjondro Winarno, MM
NIP. 19590211 198903 1001

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Agribisnis



Dr. Ir. Nuriah Yuliaty, MP
NIP. 19620712 199103 2001

BAURAN PEMASARAN (4P) DI KAFE QUOKKA COFFEE SURABAYA

Oleh :


AINUL YAQIN
NPM : 17024010114


Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada 24 Juli 2023

Telah disetujui oleh :

Pembimbing Pendamping

Pembimbing Utama


Dr. Ir. Eko Nurhadi, MS.
NIDK. 8935660023



Prof. Dr. Ir. Sri Tjondro Winarno, MM
NIP. 19590211 198903 1001

Mengetahui :

Dekan Fakultas Pertanian

Koordinator Program Studi Agribisnis


Dr. Ir. Wanti Mindari, MP.
NIP. 19631208 199003 2001


Dr. Ir. Nuriah Yulianti, MP.
NIP. 19620712 199103 2001

SURAT PERNYATAAN

Berdasarkan Undang-Undang No.19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta dan Permendiknas No 17 tahun 2010, Pasal 1 Ayat 1 tentang plagiarisme Maka, saya sebagai Penulis Skripsi dengan judul : Bauran Pemasaran (4P) di Kafe Quokka Coffee Surabaya (Studi Kasus).

Menyatakan bahwa Skripsi tersebut di atas bebas dari plagiarisme

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 24 Juli 2023

Yang Membuat Pernyataan



Ainul Yaqin
NPM : 17024010114

BAURAN PEMASARAN (4P) DI KAFE QUOKKA COFFEE SURABAYA (STUDI KASUS)

MARKETING MIX (4P) AT QUOKKA COFFEE CAFE SURABAYA (CASE STUDY)

Ainul Yaqin, Sri Tjondro Winarno^{*)}, Eko Nurhadi

Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

ABSTRAK

Kafe Quokka Coffe karena usaha ini baru berdiri pada tahun 2021 sehingga masyarakat kurang tahu akan keberadaan Kafe Quokka Coffe, selain itu belum adanya plank pengenal, promosi yang dilakukan masih sekedar melalui media sosial Instagram, akses jalan pada jam malam terbatas, dan lahan parkir masih kecil, sehingga penghasilan yang didapatkan oleh Kafe Quokka Coffee belum seperti yang diharapkan. Tujuan riset ini untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran 4P terhadap tingkat kepuasan pelanggan di Kafe Quokka coffe. Metode analisis data berupa analisis SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Quokka Coffe adalah produk dan promosi hal ini dapat dilihat dari hasil analisis yang menunjukkan bahwa pada variabel produk nilai T-Statistics 4.516 > 1,96 dan nilai p-value 0,024 < 0,05. Sedangkan pada variabel promosi memiliki nilai T-Statistics 2.393 > 1,96 dan nilai p-value 0,017 < 0,05. Sedangkan pada variabel harga dan tempat tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Quokka Coffe, hal ini dapat dilihat dari hasil analisis yang menunjukkan bahwa pada variabel harga nilai T-Statistics 0.888 < 1,96 dan nilai p-value 0,375 > 0,05. Sedangkan pada variabel tempat memiliki nilai T-Statistics 0.575 < 1,96 dan nilai p-value 0,565 > 0,05.

Kata Kunci: Kafe, Bauran Pemasaran, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Quokka Coffee Cafe because this business was only established in 2021 so people don't know about the existence of Quokka Coffe Cafe, apart from that there is no identification sign, promotions are only carried out through Instagram social media, road access at night hours is limited, and parking space is still small, so the income that Quokka Coffee Cafe has is not as expected. The purpose of this research is to analyze the effect of the 4P marketing mix on the level of customer satisfaction at the Quokka coffee cafe. The data analysis method is SEM-PLS analysis. The results showed that the variables that affected Quokka Coffee customer satisfaction were products and promotions. This could be seen from the results of the analysis which showed that the product variable had a T-Statistics value of 4,516 > 1.96 and a p-value of 0.024 < 0.05. Meanwhile, the promotion variable has a T-Statistics value of 2,393 > 1.96 and a p-value of 0.017 < 0.05. Whereas the price and place variables do not have a significant effect on Quokka Coffee customer satisfaction. This can be seen from the results of the analysis which show that the price variable has a T-Statistics value of 0.888 < 1.96 and a p-value of 0.375 > 0.05. Whereas the place variable has a T-Statistics value of 0.575 < 1.96 and a p-value of 0.565 > 0.05..

Keywords: Cafe, Marketing Mix, Consumer Satisfaction.

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga laporan penelitian ini dapat diselesaikan. Penelitian dilakukan di Kafe Quokka Coffe, Jl. Ketintang Madya, Surabaya

Kegiatan dan laporan penelitian ini merupakan salah satu syarat yang wajib dilaksanakan oleh mahasiswa semester akhir pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur guna memperoleh gelar sarjana.

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, arahan dan motivasi khususnya kepada Dr. Ir. Sri Tjondro Winarno, MM dan Ir. Eko Priyanto, MP selaku Dosen Pembimbing Utama dan Dosen Pembimbing Pendamping yang telah memberikan bimbingan, arahan serta motivasi selama pra-pelaksanaan penelitian hingga pasca pelaksanaan penelitian sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini. dalam penyelesaian kegiatan penelitian hingga penulisan laporan penelitian, serta pihak lain yang ikut memberikan bantuan dan dukungan :

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MT selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Dr. Ir. Wanti Mindari, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
3. Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP selaku Koordinator Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.

4. Keluarga yang selalu memberikan dukungan, nasehat dan doa dalam proses penulisan tugas akhir ini
5. Semua pihak yang telah membantu hingga terselesaikannya pembuatan tugas akhir maupun dalam proses penyusunannya.

Surabaya, 24 Juli 2023

Penulis

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--------------------------------|---------|
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR GAMBAR | x |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xii |
| I. PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 7 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 7 |
| 1.4 Batasan Masalah..... | 8 |
| 1.5 Manfaat Penelitian | 8 |
| II. TINJAUAN PUSTAKA | 9 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 9 |
| 2.2 Landasan Teori..... | 18 |
| 2.2.1 Kopi..... | 18 |
| 2.2.2 Jenis-jenis Kopi..... | 19 |
| 2.2.3 Strategi Pemasaran | 22 |
| 2.2.4 Bauran Pemasaran | 28 |
| 2.2.5 Kepuasan Konsumen..... | 29 |

| | |
|--|----|
| 2.3 Kerangka Pemikiran..... | 31 |
| 2.4 Hipotesis..... | 35 |
| III. METODE PENELITIAN..... | 38 |
| 3.1 Lokasi dan Obyek Penelitian | 38 |
| 3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel | 39 |
| 3.3 Pengumpulan Data | 42 |
| 3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel | 43 |
| 3.5 Analisis Data..... | 46 |
| IV. HASIL DAN PEMBAHASAN | 47 |
| 4.1 Gambaran Umum Quokka Coffee..... | 47 |
| 4.2 Karakteristik Konsumen Kafe Quoka Coffee..... | 48 |
| 4.3 Mendeskripsikan Implementasi Bauran Pemasaran Quokka Coffee | 51 |
| 4.4 Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan di Kafe Quokka Coffe | 58 |
| V. SIMPULAN DAN SARAN..... | 67 |
| 5.1 Simpulan | 67 |
| 5.2 Saran | 67 |
| DAFTAR PUSTAKA | 69 |
| LAMPIRAN | 73 |

DAFTAR GAMBAR

| Nomor | Judul | Halaman |
|-------|---|---------|
| 1.1 | Grafik Penjualan Kafe Quokka Coffe..... | 6 |
| 2.1 | Konsep Inti Pemasaran | 27 |
| 2.2 | Kerangka Penelitian Bauran Pemasaran di Kafe Quokka Coffe | 33 |
| 3.1 | Tahapan Analisis SEM-PLS..... | 49 |
| 3.2 | Kerangka Konseptual Penelitian | 51 |
| 4.1 | Produk Quokka Coffe | 52 |
| 4.2 | Promosi Instagram Quokka Coffe | 57 |
| 4.3 | Model Pengukuran (Outer Model) | 59 |

DAFTAR TABEL

| Nomor | Judul | Halaman |
|-------|--|---------|
| 1.1 | Produksi Kopi Menurut Kabupaten/Kota Di Provinsi Jawa Timur | 2 |
| 3.1 | Identifikasi Kecenderungan Skor Rata-rata | 44 |
| 3.2 | Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel | 45 |
| 3.3 | Rule of Thumb Uji Validitas dan Uji Reliabilitas | 46 |
| 4.1 | Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Usia | 48 |
| 4.2 | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 48 |
| 4.3 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan..... | 49 |
| 4.4 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 50 |
| 4.5 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir. | 50 |
| 4.6 | Menu Produk di Quokka Coffe | 53 |
| 4.7 | Daftar Harga Produk di Quokka Coffe..... | 55 |
| 4.8 | Uji Validitas Diskriminan dengan Nilai Cross Loadings | 61 |
| 4.9 | Hasil Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability..... | 62 |
| 4.10 | R-Square | 63 |
| 4.11 | Pengujian Hipotesis..... | 64 |

DAFTAR LAMPIRAN

| Nomor | Judul | Halaman |
|-------|--|---------|
| 1. | Kuesioner Penelitian | 73 |
| 2. | Data Hasil Kuesioner..... | 75 |
| 3. | Outer Model | 77 |
| 4. | Discriminant Validity-Cross Loading..... | 77 |
| 5. | Construct Reability and Validity | 78 |
| 6. | R Square..... | 78 |
| 7. | P Values | 78 |