

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN 7P TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN KOPI BIKLA PONDOK PESANTREN IHYA'US SUNNAH
AL HASANY DESA TUGUSARI KECAMATAN BANGSALSARI
KEBUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Program Studi Agribisnis
Untuk Menyusun Skripsi



Oleh :

RENATA DIAN KUSUMA WARDANI

NPM : 20024010045

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2024**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN 7P TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN KOPI BIKLA PONDOK PESANTREN IHYA'US SUNNAH
AL HASANY DESA TUGUSARI KECAMATAN BANGSALSARI
KEBUPATEN JEMBER**

Oleh :

RENATA DIAN KUSUMA WARDANI

NPM : 20024010045

Telah diterima pada

Juli 2024

Telah Disetujui Oleh:

Pembimbing Pendamping

Pembimbing Utama

Mirza Andrian Syah, S.P., M.P
NIP. 19960827 202203 1012

Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP
NIP. 19560620 198703 1004

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Agribisnis

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

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN 7P TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN KOPI BIKLA PONDOK PESANTREN IHYA'US SUNNAH
AL HASANY DESA TUGUSARI KECAMATAN BANGSALSARI
KEBUPATEN JEMBER**

Oleh :

RENATA DIAN KUSUMA WARDANI
NPM : 20024010045

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan
Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada 25 Juli 2024

Telah Disetujui Oleh:

Pembimbing Pendamping

Pembimbing Utama


Mirza Andrian Syah, S.P., M.P
NIP. 19960827 202203 1012



Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP
NIP. 19560620 198703 1004

Mengetahui

Dekan Fakultas Pertanian

Koordinator Program Studi
Agribisnis


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


Dr. Ir. Nuriah Yuliati, 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 : Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Konsumen Kopi Bikla Pondok Pesantren Ihya'us Sunnah Al Hasany Desa Tugusari Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember, menyatakan bahwa Skripsi diatas tersebut bebas dari plagiarisme

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya

Surabaya, 25 Juli 2024
Yang Membuat Pernyataan



Renata Dian Kusuma Wardani
NPM. 20024010045

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan hidayah-nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Skripsi dengan lancar. Pelaksanaan Penelitian dilakukan di Pondok Pesantren Ihya'us Sunnah Al Hasany Jember dengan judul “PENGARUH BAURAN PEMASARAN 7P TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KOPI BIKLA PONDOK PESANTREN IHYA'US SUNNAH AL HASANY DESA TUGUSARI KECAMATAN BANGSALSARI KABUPATEN JEMBER”.

Penyusunan Skripsi ini merupakan kewajiban dalam memenuhi persyaratan akademik bagi mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur dalam menyelesaikan program studi strata satu (S-1). Penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan arahan dan dukungan dalam penyusunan Skripsi. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih atas waktu dan bimbingannya selama ini kepada Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP selaku pembimbing utama dan Mirza Andrian Syah, S.P., M.P selaku pembimbing pendamping. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. Ir. Wanti Mindari, M.P selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Prof. Dr. Ir. Syarif Imam Hidayat, MM selaku Ketua Jurusan Prodi Agribisnis 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. Seluruh Dosen dan tenaga pendidik di Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Seluruh anggota dari pondok pesantren Ihya’us Sunnah Al Hasany yang telah membantu dalam kegiatan penelitian.
6. Kedua orang tua yang telah memberikan dukungan serta semangat dalam melaksanakan seluruh kegiatan penelitian dan penyusunan skripsi.
7. Teman-teman yang turut memberikan dukungan dan bantuan dalam pelaksanaan penelitian dan penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun sehingga dalam penulisan kedepannya dapat lebih baik lagi. Penulis berharap dengan selesainya penulisan skripsi ini akan mendapatkan tanggapan positif bagi Pondok Pesantren Ihya’us Sunnah Al Hasany dan dapat membantu berbagai pihak yang tentunya membutuhkan informasi yang berkaitan dengan tulisan ini.

Surabaya, 24 Juli 2024

Penulis

Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P terhadap Kepuasan Konsumen Kopi Bikla Kabupaten Jember

Analysis of the Influence of the 7P Marketing Mix on Costumer Satisfaction of Bikla Coffee, Jember District

Renata Dian Kusuma Wardani, Teguh Soedarto, Mirza Andrian Syah

ABSTRAK

Bauran pemasaran merupakan salah satu strategi yang harus dikembangkan untuk membangun citra dari suatu usaha sehingga dapat menjadi faktor penambah kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen adalah tingkat keadaan yang dirasakan seseorang yang merupakan hasil dari membandingkan penampilan produk yang dirasakan dalam hubungannya dengan harapan seseorang. Peningkatan kepuasan konsumen adalah aspek fundamental dalam keberlangsungan sebuah bisnis. Banyak industri yang berdampak pada persaingan antar bisnis, sehingga setiap usaha berusaha untuk membuat konsumennya merasa puas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen dan mengukur tingkat kepuasan konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah penggunaan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Metode pengambilan sampel menggunakan metode non probability sampling dengan teknik accidental sampling. Teknik analisis data yang digunakan yaitu Structural Equation Model (SEM) dan Customer Satisfaction Index (CSI) dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 68 orang. Hasil dari penelitian ini menunjukkan Koefisien determinasi (R square) diperoleh sebesar 0,578 atau bila dipersentasekan, terdapat 57,8 persen. variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Secara parsial, variabel harga (X2), promosi (X4), proses (X6), dan bukti fisik (X7) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan variabel produk (X1), tempat (X3), orang (X5) tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Selain itu, hasil perhitungan tingkat kepuasan konsumen kopi BIKLA yang diperoleh menunjukkan nilai CSI sebesar 79,86 % yang berarti bahwa konsumen telah puas terhadap pelayanan yang diberikan.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran; Kepuasan Konsumen; Kopi; Tingkat Kepuasan

ABSTRACT

The marketing mix is one of the strategies that must be developed to build the image of a business so that it can be a factor in increasing customer satisfaction. Consumer satisfaction is the level of a person's perceived state which is the result of comparing the perceived product appearance in relation to one's expectations. Increasing customer satisfaction is a fundamental aspect in the sustainability of a business. Many industries have an impact on competition between businesses, so every business tries to make its customers feel satisfied. This study aims to analyze the effect of the marketing mix simultaneously and partially on customer satisfaction and measure the level of customer satisfaction. The research method used is to use quantitative methods with a survey approach. The data sources used in this study are primary and secondary data. The sampling method uses non probability sampling method with accidental sampling technique. The data analysis technique used is the Structural Equation Model (SEM) and Customer Satisfaction Index (CSI) using 68 respondents. The results of this study indicate that the coefficient of determination (R square) was obtained at 0.578 or when percented, there were 57.8 percent. variables that affect customer satisfaction. Partially, the price variable (X2), promotion (X4), process (X6), and physical evidence (X7) have a significant effect on customer satisfaction, while the product variable (X1), place (X3), people (X5) have no significant effect. In addition, the results of calculating the level of satisfaction of BIKLA coffee consumers obtained show a CSI value of 79.86%, which means that consumers are satisfied with the services provided.

Keywords: Marketing Mix; Consumer Satisfaction; Coffee; Satisfaction Level

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Penelitian Terdahulu	8
2.2. Landasan Teori.....	21
2.2.1. Kopi.....	21
2.2.2. Konsumen	23
2.2.3. Perilaku Konsumen.....	24
2.2.4. Pemasaran	26
2.2.5. Bauran Pemasaran.....	28
2.2.6. Kepuasan Konsumen	42

2.2.7. Hubungan Bauran Pemasaran	46
2.3. Kerangka Pemikiran.....	48
2.4. Hipotesis	49
III. METODE PENELITIAN.....	50
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	50
3.2. Metode Penentuan Lokasi.....	50
3.3. Metode Penentuan Populasi dan Sampel	50
3.4. Pengumpulan Data	52
3.4.1. Data Primer	53
3.4.2. Data Sekunder	54
3.5. Metode Analisis Data.....	55
3.5.1. Metode Analisis Deskriptif.....	55
3.5.2. SEM-PLS	57
3.5.3. <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	63
3.6. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	65
3.6.1. Definisi Operasional	65
3.6.2. Pengukuran Variabel.....	66
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	68
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	68
4.1.1. Profil Pondok Pesantren Ihya’us Sunnah Al Hasany.....	68
4.1.2. Profil Kopi Bikla.....	69
4.1.3. Visi dan Misi Bikla	70
4.1.4. Struktur Organisasi	71
4.2. Karakteristik Responden	72

4.2.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
4.2.2. Responden Berdasarkan Usia	73
4.2.3. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	74
4.2.4. Responden Berdasarkan Pekerjaan	75
4.2.5. Responden Berdasarkan Pendapatan	76
4.3. Bauran Pemasaran Kopi BIKLA	77
4.3.1. Produk	77
4.3.2. Harga	81
4.3.3. Lokasi	84
4.3.4. Promosi	87
4.3.5. Orang	90
4.3.6. Proses	92
4.3.7. Bukti Fisik	95
4.4. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen	98
4.4.1. Evaluasi <i>Outer Model</i>	99
4.4.2. Evaluasi <i>Inner Model</i>	107
4.5. Tingkat Kepuasan Konsumen	115
4.5.1. Uji Validitas	116
4.5.2. Uji Reliabilitas	116
4.5.3. Customer Satisfaction Indeks (CSI)	117
V. KESIMPULAN DAN SARAN	122
5.1. Kesimpulan	122
5.2. Saran	122
DAFTAR PUSTAKA	124

LAMPIRAN.....

131

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
1.1.	Produksi Kopi di Kabupaten Jember	3
3.1.	Pemetaan Bobot Penilaian Skala Likert.....	56
3.2.	Skor Rataan Akhir Skala Likert.....	57
3.3.	Tingkat Kepuasan Konsumen dengan CSI	65
3.4.	Pengukuran Variabel.....	66
4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	74
4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	74
4.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	75
4.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	76
4.6.	Penilaian Responden Terhadap Variabel Produk.....	80
4.7.	Harga Produk Kopi BIKLA	82
4.8.	Penilaian Responden Terhadap Variabel Harga	82
4.9.	Penilaian Responden Terhadap Variabel Tempat.....	85
4.10.	Penilaian Responden Terhadap Variabel Promosi.....	88
4.11.	Penilaian Responden Terhadap Variabel Orang	91
4.12.	Penilaian Responden Terhadap Variabel Proses.....	94
4.13.	Penilaian Responden Terhadap Variabel Bukti Fisik	97
4.15.	Hasil Uji Validitas Konvergen	103
4.16.	Tabel Hasil Penilaian AVE	104
4.17.	Hasil Pengujian Validitas Diskriminan.....	105
4.18.	Hasil Pengujian Validitas Diskriminandengan Fornell Larker	106

4.19. Hasil Pengujian Reliabilitas	107
4.20. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi	108
4.21. Hasil Pengujian Hipotesis	108
4.22. Hasil Uji Validitas Indikator Tingkat Kepuasan Konsumen	116
4.23. Hasil Uji Reliabilitas Indikator Tingkat Kepuasan Konsumen.....	117
4.24. Hasil Perhitungan MIS dan MSS	117
4.25. Hasil Perhitungan WF dan WS	118

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
1.1.	Negara Penghasil Kopi Terbesar di Dunia.....	2
2.1.	Kerangka Pikiran.....	48
3.1.	Tahapan Penggunaan SEM PLS	59
3.2.	Diagram Jalur SEM-PLS	61
4.1.	Struktur Organisasi BIKLA	72
4.2.	Produk Kopi BIKLA.....	79
4.3.	Diagram Jalur Hasil Penelitian.....	100

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian	131
2.	Tabulasi Jawaban Responden	137
3.	Nilai Outer Loading	147
4.	Dokumentasi Penelitian	148