

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) TERHADAP
KINERJA PEMASARAN DI *TYE COFFEE HOUSE* SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

CAESARIANO AFRILIO PRATAMA
NPM : 20024010005

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

**PENGARUH Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap
Kinerja Pemasaran di Tye Coffee House Surabaya**

SKRIPSI



Oleh :

CAESARIANO AFRILIO PRATAMA

NPM: 20024010005

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

2024

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) TERHADAP
KINERJA PEMASARAN DI *TYE COFFEE HOUSE* SURABAYA**

Oleh :

CAESARIANO AFRILIO PRATAMA
NPM : 20024010005

Telah diterima pada tanggal
Agustus 2024

Telah disetujui oleh :

Pembimbing Pendamping



Nisa Hafi Idhoh Fitriana, S.P. MP
NIP. 199601212022032012

Pembimbing Utama



Ir. Sri Widayanti, MP
NIP. 196201061990032001

Mengetahui,
Koordinator Program Studi
Agribisnis



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

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) TERHADAP
KINERJA PEMASARAN DI TYE COFFEE HOUSE SURABAYA**

Oleh :

CAESARIANO AFRILIO PRATAMA
NPM : 20024010005

Telah dipertahankan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 05 September 2024

Telah disetujui oleh :

Pembimbing Pendamping



Nisa Hafi Idhoh Fitriana, S.P. MP
NIP. 199601212022032012

Pembimbing Utama



Ir. Sri Widayanti, MP
NIP. 196201061990032001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian




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

Koordinator Program Studi
Agribisnis



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 plagiarism. Maka, saya sebai Penulis Skripsi dengan judul : **Pengaruh Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Terhadap Kinerja Pemasaran Di *Tye Coffee House* Surabaya.** Menyatakan bahwa Skripsi diatas bebas dari plagiarism.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan benar-benarnya.

Surabaya, September 2024
Yang Membuat Pernyataan



Caesariano Afrilio Pratama
NPM. 20024010005

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan Rahmat serta pertolongan dan ridha-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Terhadap Kinerja Pemasaran Di *Tye Coffee House* Surabaya”** dengan baik dan lancar. Tak lupa pula shalawat serta salam kami haturkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun kita dari zaman jahiliyah menjadi zaman yang terang benderang.

Penulis menyadari jika selama menyelesaikan penulisan skripsi ini telah diberikan bantuan oleh banyak pihak, terutama Ibu Ir. Sri Widayanti, MP selaku pembimbing utama skripsi, dan Ibu Nisa Hafi Idhoh Fitriana, S.P., MP selaku dosen pembimbing pendamping. Penulis juga berterima kasih 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 Agribisnis, 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. Kedua orang tua yang sangat kucintai yang telah memberikan doa restu dan bantuan materi demi kelancaran skripsi penulis.
5. Dinda Rhaima Ladisa Putri yang telah memberikan banyak dorongan semangat dan motivasi penulis agar penelitian ini diselesaikan dengan tepat waktu.
6. Rekan-rekan Agribisnis Angkatan 2020.

Penulis menyadari jika dalam menyelesaikan skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu penulis dengan terbuka menerima saran untuk bisa diperbaiki sehingga karya ini akan menjadi lebih sempurna.

Surabaya, September 2024

Penulis

PENGARUH BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) TERHADAP KINERJA PEMASARAN DI *TYE COFFEE HOUSE* SURABAYA

Cesariano Afrilio Pratama, Sri Widayanti, Nisa Hafi Idhoh Fitriana

ABSTRAK

Tye Coffe House merupakan salah satu kedai kopi kekinian yang menawarkan berbagai variasi minuman kopi dan non kopi dengan kualitas tinggi. Seiring bertambahnya kedai kopi di Surabaya saat ini. *Tye Coffe House* menjalankan berbagai Bauran pemasaran agar penjualan dapat bertahan dalam persaingan pasar yang semakin kompetitif. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan komponen pemasaran 7P yang telah dijalankan oleh *Tye Coffe House*, Menganalisis Bauran Pemasaran Dan Kinerja Pemasaran Terhadap Persepsi Konsumen Di *Tye Coffe House* Surabaya, Menganalisis Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kinerja Pemasaran Di *Tye Coffe House* Surabaya. Metode dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan alat analisis SEM PLS Bernama WarpPLS 8.0 dengan 50 responden yang merupakan konsumen *Tye Coffe House* Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komponen Bauran Pemasaran 7P yang dilakukan *Tye Coffe House* dinilai baik oleh mayoritas konsumen dan dalam pengujian Bauran Pemasaran 7P terhadap kinerja pemasaran *Tye Coffe House* diperoleh bahwa Hanya ada 6 komponen Bauran Pemasaran yaitu variabel produk, harga, promosi, tempat, proses dan bukti fisik, dalam penelitian ini berpengaruh signifikan dengan diterimanya hipotesis penelitian dan satu komponen Bauran Pemasaran yaitu variabel orang yang ditolak hipotesis penelitiannya.

Kata Kunci : *Tye Coffe House*, Bauran Pemasaran, Kinerja Pemasaran

THE INFLUENCE OF MARKETING MIX ON MARKETING PERFORMANCE IN TYE COFFEE HOUSE SURABAYA

ABSTRACT

Tye Coffee House is a contemporary coffee shop that offers a variety of high quality coffee and non-coffee drinks. As the number of coffee shops in Surabaya increases nowadays. *Tye Coffee House* carries out various marketing mixes so that sales can survive in an increasingly competitive market. The purpose of this research is to describe the 7P marketing components that have been implemented by *Tye Coffee House*, Analyze the Marketing Mix and Marketing Performance on Consumer Perceptions at *Tye Coffee House* Surabaya, Analyze the Influence of Marketing Mix and Marketing Performance at *Tye Coffee House* Surabaya. The method in this research uses descriptive analysis and a SEM PLS analysis tool called WarpPLS 8.0 with 50 respondents who are consumers of *Tye Coffee House* Surabaya. The results of the research show that the 7P Marketing Mix components carried out by *Tye Coffe House* are considered good by the majority of consumers and in testing the 7P Marketing Mix on *Tye Coffee House*'s marketing performance it was found that there were only 5 Marketing Mix components in this study that had a significant effect on the acceptance of the research hypothesis and one components. Another marketing mix rejected the research hypothesis.

Keywords: *Tye Coffee House*, Marketing Mix, Marketing Performance

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1 Konsep Pemasaran	13
2.2.2 Bauran Pemasaran.....	15
2.2.3 Kinerja Pemasaran	22
2.2.4 Coffee Shop	25
2.3 Kerangka Penelitian	25
2.4 Hipotesis	27
III. METODE PENELITIAN.....	28

3.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian	28
3.2 Penentuan Sampel Penelitian	28
3.3 Jenis Dan Sumber Data	29
3.4 Metode Pengumpulan Data	29
3.5 Metode Analisis Data	31
3.6 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel	40
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	42
4.2 Karakteristik Konsumen <i>Tye Coffee House</i> Surabaya	43
4.3 Komponen Bauran Pemasaran 7P Di <i>Tye Coffe House</i> Surabaya	49
4.4 Persepsi Konsumen Terhadap Bauran Pemasaran 7P	58
4.5 Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Bauran Pemasaran	66
4.5.1 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	66
4.5.2 Evaluasi Model Struktual (<i>Inner Model</i>)	73
4.6 Implikasi Hasil Penelitian	75
V. KESIMPULAN	83
5.1 Kesimpulan	83
5.2 Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	91

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
3.1	Pemetaan Bobot Penilaian Skala Likert.....	31
3.2	Kriteria Skor Rataan Akhir Skala Likert.....	32
3.3	Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel.....	41
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal.....	44
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	46
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	47
4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Produk yang Sering di Beli.....	48
4.8	Penilaian Responden Terhadap Variabel Produk.....	58
4.9	Penilaian Responden Terhadap Variabel Harga.....	59
4.10	Penilaian Responden Terhadap Variabel Tempat.....	60
4.11	Penilaian Responden Terhadap Variabel Promosi.....	61
4.12	Penilaian Responden Terhadap Variabel SDM/Karyawan.....	62
4.13	Penilaian Responden Terhadap Variabel Proses.....	64
4.14	Penilaian Responden Terhadap Variabel Bukti Fisik.....	65
4.15	SEM PLS Combined Loadings dan Cross Loadings untuk Discriminant Validity.....	71
4.16	Nilai Composite Reability dan Crobach Alpha untuk uji Composite Reability.....	72

4.17	Hasil Output Model Fit Quality Indices Untuk Evaluasi Inner Model.....	73
4.18	Pengujian Hipotesis.....	74

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
1.1	Data Konsumsi Kopi di Indonesia Tahun 2015 – 2022.....	2
1.2	Data Jumlah Cafe Di Surabaya.....	3
1.3	Grafik Data Penjualan Tye Coffee House Tahun 2023.....	4
2.1	Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	16
2.2	Kerangka Pemikiran Penelitian.....	26
3.1	Diagram Jalur Penelitian.....	35
4.1	<i>Tye Coffee House</i> Surabaya.....	42
4.2	Produk <i>Tye Coffe House</i> Surabaya.....	49
4.3	Harga <i>Tye Coffe House</i> Surabaya.....	51
4.4	Lokasi <i>Tye Coffe House</i> Surabaya <i>Indoor</i> dan <i>Outdoor</i>	52
4.5	Promosi <i>Tye Coffe House</i> Surabaya.....	53
4.6	Karyawan <i>Tye Coffe House</i> Surabaya.....	55
4.7	Proses Pembuatan Produk <i>Tye Coffe House</i> Surabaya.....	56
4.8	Tata Letak <i>Tye Coffe House</i> Surabaya.....	57
4.9	Diagram Jalur Hasil Penelitian.....	67

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Halaman
1	Kuisisioner Penelitian.....	91
2	Data Hasil Kuesioner.....	97
3	Hasil Warp-PLS Combined Loadings and Cross Loading.....	102
4	Nilai AVE untuk Convergent Validity.....	103
5	Hasil Latent Variable Coeficent.....	104
6	Hasil General Warp-PLS Analysis Result.....	105
7	Path Coefficient and P-Values.....	106
8	Hasil Model Data Penelitian.....	107