

**ANALISA PENGARUH *MARKETING MIX* 4P TERHADAP
WORD OF MOUTH, *PURCHASE DECISION*, DAN
REPURCHASE INTENTION KOPI KELILING SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh:

KIRANA PUTRI ADISTI

21032010098

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNIK DAN SAINS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2025

**ANALISIS PENGARUH MARKETING MIX 4P TERHADAP
WORD OF MOUTH, PURCHASE DECISION, DAN
REPURCHASE INTENTION KOPI KELILING SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Teknik

Program Studi Teknik Industri



Diajukan Oleh:

KIRANA PUTRI ADISTI
NPM. 21032010098

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK DAN SAINS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2025

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH *MARKETING MIX* 4P TERHADAP
WORD OF MOUTH, *PURCHASE DECISION*, DAN
REPURCHASE INTENTION KOPI KELILING SURABAYA**

Disusun Oleh:

KIRANA PUTRI ADISTI

21032010098

Telah dipertabangkan di hadapan Tim Penguji Skripsi dan diterima oleh
Publikasi Jurnal Akreditasi Sinta 1-3

Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik dan Sains

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur Surabaya

Pada Tanggal : 12 Juni 2025

Tim Penguji:

1.

Rafid Syaifullah, S.ST., MT.

NIP. 198910172022031003

2.

Yekti Condro Winursito, ST., M.Sc.

NPT. 21219921112290

Pembimbing:

1.

Dr. Ir. Minto Waluyo, MM.

NIP. 196111301990031001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Teknik dan Sains

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Surabaya

Prof. Dr. Dra. Jarivah, M.P.

NIP. 19650403 199103 2 001



KETERANGAN REVISI

Mahasiswa di bawah ini:

Nama : Kirana Putri Adisti

NPM : 21032010098

Program Studi : ~~Teknik Kimia~~ / Teknik Industri / ~~Teknologi Pangan~~ /
Teknik Lingkungan / Teknik Sipil

Telah telah mengerjakan revisi / ~~tidak ada revisi~~ *) ~~PRA RENCANA (DESAIN)~~ /
~~SKRIPSI / TUGAS AKHIR~~ Ujian Lisan Periode Mei, TA 2024/2025.

Dengan judul : **ANALISIS PENGARUH *MARKETING MIX* 4P TERHADAP
WORD OF MOUTH, *PURCHASE DECISION*, DAN
REPURCHASE INTENTION KOPI KELILING SURABAYA**

Dosen yang memerintahkan revisi

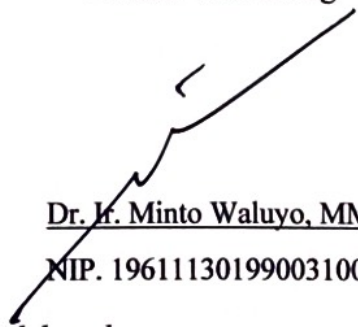
1. Dr. Ir. Minto Waluyo, MM.
2. Hafid Syaifullah, S.ST., MT.
3. Yekti Condro Winursito, ST., M.Sc.

()
()
()

Surabaya, 12 Juni 2025

Menyetujui,

Dosen Pembimbing


Dr. Ir. Minto Waluyo, MM.

NIP. 196111301990031001

Catatan: *) coret yang tidak perlu



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS TEKNIK DAN SAINS
PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI**

Jl. Raya Rungkut Madya Gunung Anyar Telp. (031) 8706369 (Hunting). Fax. (031) 8706372 Surabaya 60294



SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kirana Putri Adisti
NPM : 21032010098
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Teknik Industri
Fakultas : Teknik dan Sains

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 12 Juni 2025
Yang Membuat Pernyataan



Kirana Putri Adisti
NPM. 21032010098

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian tugas akhir skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh *Marketing Mix* 4P Terhadap *Word Of Mouth*, *Purchase Decision*, Dan *Repurchase Intention* Kopi Keliling Surabaya” dengan baik dan tepat pada waktunya.

Skripsi ini disusun guna mengikuti syarat kurikulum tingkat sarjana (S1) bagi setiap mahasiswa Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari pembaca demi kesempurnaan. Dalam proses penyusunan laporan ini, penulis memperoleh bimbingan maupun bantuan dari berbagai pihak. Atas terselesaikannya laporan skripsi ini, maka penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT., IPU selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Prof. Dr. Dra. Jariyah, MP, selaku Dekan Fakultas Teknik dan Sains Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Ir. Rusindiyanto, MT., selaku Koordinator Program Studi Teknik Industri Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Dr. Ir. Minto Waluyo, MM. selaku Dosen Pembimbing saya yang selalu memberikan ide, saran, motivasi dan meluangkan waktunya untuk membimbing saya dalam membantu menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.

5. Bapak dosen Penguji Satu dan Dua dalam seminar proposal dan seminar hasil yang telah memberikan masukan, arahan, serta perbaikan untuk melengkapi tugas akhir skripsi ini.
6. Seluruh dosen pengajar dan staff di Program Studi Teknik Industri Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang secara tidak langsung memberikan banyak kontribusi hingga tugas akhir skripsi ini terselesaikan.
7. Seluruh keluarga khususnya orang tua saya dan kakak saya; Bapak Anang Setyadi, Ibu Musiati, dan kedua adik saya : Karindra Aditama dan Kaesang Madaharsa yang senantiasa mendoakan serta memberikan motivasi dan dukungan baik secara moril dan materiil.
8. Yash Gurl (Ammalya, Acyuta, Naia, Destiara) yang telah menjadi teman seperjuangan selama di bangku perkuliahan, serta senantiasa memberikan dukungan, semangat, dan kebersamaan yang berarti hingga penulisan tugas akhir skripsi ini dapat diselesaikan.
9. Howas Howes selalu hadir dengan cerita-cerita seru dan wacana liburan yang jadi penyegar pikiran di tengah penatnya tugas kuliah. Terima kasih atas candaan, semangat, dan energi positif yang turut menemani proses ini.
10. Teman angkatan 2021 SINCERE yang menjadi bagian perjalanan. Meski masing-masing punya jalan dan ritme sendiri namun kalian ikut memberi semangat sampai akhirnya tugas akhir ini bisa diselesaikan.
11. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan jawaban dengan jujur serta antusias, terima kasih atas kontribusinya yang sangat berarti dalam penyusunan tugas akhir ini.

12. Seluruh pihak yang belum bisa disebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan informasi dan memberikan semangat.
 13. Diri sendiri yang terus berjuang dan belajar menjadi versi terbaik dalam menghadapi setiap tantangan. Terima kasih telah bertahan sejauh ini, dan semoga langkah ke depan selalu dipenuhi semangat untuk meraih kesuksesan
- Penulis menyadari bahwa penulisan laporan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari segi isi maupun penyajian. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun penulis harapkan demi kesempurnaan laporan ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat sekaligus dapat menambah wawasan bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 10 April 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Asumsi	8
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	9
1.7 Sistematika Penulisan	10
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.1 Pengertian Pemasaran	12

2.1.2	Tujuan Pemasaran	13
2.1.3	Fungsi Pemasaran	13
2.1.4	Konsep Pemasaran	14
2.2	Manajemen Strategi	16
2.3	<i>Marketing Mix</i> 4P	18
2.3.1	<i>Product</i> atau Produk.....	18
2.3.2	<i>Price</i> atau Harga.....	20
2.3.3	<i>Promotion</i> atau Promosi.....	22
2.3.4	<i>Place</i> atau Tempat.....	24
2.4	<i>Word of Mouth</i> (WOM)	25
2.4.1	Pengertian <i>Word of Mouth</i> (WOM)	25
2.4.2	Indikator <i>Word of Mouth</i>	27
2.5	<i>Purchase Decision</i> (Keputusan Pembelian).....	29
2.5.1	Pengertian <i>Purchase Decision</i>	29
2.5.2	Indikator <i>Purchase Decision</i>	31
2.6	<i>Repurchase Intention</i>	32
2.6.1	Pengertian <i>Repurchase Intention</i>	32
2.6.2	Indikator <i>Repurchase Intention</i>	33
2.7	Pengaruh <i>Marketing Mix</i> 4P Terhadap <i>Word of Mouth</i> , <i>Purchase Decision</i> , dan <i>Repurchase Intention</i>	33
2.7.1	Pengaruh <i>Product</i> Terhadap <i>Word of Mouth</i> , <i>Product</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i> , dan <i>Product</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	33
2.7.2	Pengaruh <i>Price</i> Terhadap <i>Word of Mouth</i> , <i>Price</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i> , dan <i>Price</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	34

2.7.3	Pengaruh <i>Promotion</i> Terhadap <i>Word of Mouth</i> , <i>Promotion</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i> , dan <i>Promotion</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	35
2.7.4	Pengaruh <i>Place</i> Terhadap <i>Word of Mouth</i> , <i>Place</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i> , dan <i>Price</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	35
2.7.5	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i>	36
2.7.6	Pengaruh <i>Purchase Decision</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	36
2.8	Pengukuran <i>Marketing Mix</i> Terhadap <i>Word of Mouth</i> , <i>Purchase Decision</i> , dan <i>Repurchase Intention</i>	37
2.8.1	Kuisisioner	37
2.8.2	Skala Pengukuran.....	37
2.8.3	Populasi.....	38
2.8.4	Teknik <i>Sampling</i>	39
2.8.5	Uji Kecukupan Data.....	41
2.8.6	Uji Validitas	42
2.8.7	Uji Signifikansi	43
2.8.8	Uji Reliabilitas	44
2.8.9	Uji Korelasi	45
2.9	AMOS	46
2.10	<i>Strcutural Equation Model</i> (SEM).....	47
2.10.1	Kelebihan SEM	48
2.10.2	Langkah-langkah SEM.....	49
2.11	Hipotesis.....	53
2.12	Penelitian Terdahulu	56
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		60

3.1	Tempat dan Waktu Penelitian	60
3.2	Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel.....	60
3.2.1	Identifikasi Variabel.....	60
3.2.2	Definisi Operasional Variabel.....	61
3.3	Pengukuran Variabel.....	63
3.3.1	Identifikasi Variabel.....	63
3.4	Teknik Pengambilan Sampel.....	64
3.4.1	Populasi.....	64
3.4.2	Sampel.....	64
3.4.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	64
3.5	Metode Pengumpulan Data	65
3.6	Langkah - Langkah Pemecahan Masalah.....	66
BAB IV		73
HASIL DAN PEMBAHASAN		73
4.1	Pembuatan <i>Path Diagram</i>	73
4.2	Penyusunan Kuisisioner	74
4.4	Pengumpulan Data	75
4.5	Pengolahan Data Kuisisioner.....	76
4.5.1	Uji Kecukupan Data.....	76
4.5.2	Memilih Matriks dan Estimasi SEM.....	77
4.6	Konversi <i>Path Diagram</i>	77
4.6.1	Persamaan Pengukuran <i>Measurement Model</i>	78
4.6.2	Persamaan Pengukuran <i>Structural Model</i>	92
4.6.3	Persamaan Pengukuran Modifikasi Model	94

4.7	Persamaan Simultan	98
4.8	Uji Hipotesis	99
4.8.1	Hipotesis Ke-1	100
4.8.2	Hipotesis Ke-2	100
4.8.3	Hipotesis Ke-3	101
4.8.4	Hipotesis Ke-4	101
4.8.5	Hipotesis Ke-5	102
4.8.6	Hipotesis Ke-6	103
4.8.7	Hipotesis Ke-7	104
4.8.8	Hipotesis Ke-8	105
4.8.9	Hipotesis Ke-9	105
4.8.10	Hipotesis Ke-10	106
4.8.11	Hipotesis Ke-11	107
4.8.12	Hipotesis Ke-12	107
4.8.13	Hipotesis Ke-13	108
4.8.14	Hipotesis Ke-14	109
4.9	Pembahasan	110
BAB V		125
KESIMPULAN DAN SARAN		125
5.1	Kesimpulan	125
5.2	Saran	128
DAFTAR PUSTAKA		130
LAMPIRAN		139

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pra-Survei Kopi Keliling Surabaya	4
Tabel 2.1 Perbandingan CB-SEM dan PLS-SEM	49
Tabel 3. 1 Indikator Variabel	62
Tabel 4. 1 Rentang dan Indikator.....	75
Tabel 4. 2 Distribusi Frekuensi Tiap Indikator	76
Tabel 4. 3 Nilai Goodness of Fit dan Cut off Value.....	78
Tabel 4. 4 Tabel Estimate Standardized Regression Weight Measurement Model	79
Tabel 4. 5 Uji Reliabilitas	80
Tabel 4. 6 Uji Korelasi	81
Tabel 4. 7 Nilai <i>Goodness of Fit</i> dan <i>Cut off Value</i> Setelah X_1 Dikeluarkan.....	82
Tabel 4. 8 Estimate Standardized Regression Weight Measurement Model	84
Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas	85
Tabel 4. 10 Uji Korelasi Setelah X_1 Dikeluarkan	86
Tabel 4. 11 Nilai Goodness of Fit Test dan Cut Value Setelah Setelah X_4 Dikeluarkan	87
Tabel 4. 12 <i>Estimate Standardized Regression Weight Measurement Model</i>	89
Tabel 4. 13 Uji Reliabilitas	90
Tabel 4. 14 Uji Korelasi Setelah X_4 Dikeluarkan	91
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	91
Tabel 4. 16 Nilai Goodness of Fit Test dan Cut off Value	92
Tabel 4. 17 Covariens	94
Tabel 4. 18 Tabel Nilai Goodness of Fit dan Cut off Value Modification Model	94

Tabel 4. 19 Estimate Standarized Regression Weight	96
Tabel 4. 20 Tabel Uji Reliabilitas	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2 Volume penjualan Kopi Keliling	2
Gambar 1.3 Kerangka Konseptual Penelitian	6
Gambar 3.1 Model Persamaan Struktural Penelitian	63
Gambar 4. 1 Model Pengaruh Marketing Mix 4P Terhadap WOM, Purchase Decision, dan Repurchase Intention Kopi Keliling Surabaya.....	73
Gambar 4. 2 Pemilihan Matriks dan Estimasi pada AMOS 23.....	77
Gambar 4. 3 <i>Measurement</i> Model Pengaruh <i>Marketing Mix</i> 4P Terhadap WOM, <i>Purchase Decision</i> , dan <i>Repurchase Intention</i> Kopi Keliling Surabaya.....	78
Gambar 4. 4 <i>Measurement</i> Model Pengaruh Marketing Mix 4P Terhadap WOM, Purchase Decision, dan Repurchase Intention Kopi Keliling Surabaya Setelah X1 Dikeluarkan	83
Gambar 4. 5 <i>Measurement</i> Model Pengaruh Marketing Mix 4P Terhadap WOM, Purchase Decision, dan Repurchase Intention Kopi Keliling Surabaya Setelah X4 Dikeluarkan	88
Gambar 4. 6 Structural Model Analisis Pengaruh Marketing Mix 4P Terhadap Word Of Mouth, Purchase Decision, Dan Repurchase Intention Kopi Keliling Surabaya.....	93
Gambar 4. 7 Modifiction Model Analisis Pengaruh Marketing Mix 4P Terhadap Word Of Mouth, Purchase Decision, Dan Repurchase Intention Kopi Keliling Surabaya	95

ABSTRAK

Kopi Keliling Surabaya merupakan *brand* minuman kopi yang hadir dengan konsep *mobile coffee* yang menyasar konsumen urban. Dalam upaya meningkatkan efektivitas pemasaran, Kopi Keliling menghadapi tantangan dalam mengelola elemen-elemen bauran pemasaran (produk, harga, tempat, dan promosi) yang berpengaruh terhadap *Word of Mouth* (WOM), keputusan pembelian, dan niat pembelian ulang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *marketing mix* 4P terhadap WOM, *purchase decision*, dan *repurchase intention* Kopi Keliling Surabaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan pendekatan kuantitatif. SEM digunakan untuk menganalisis hubungan simultan antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *product* dan *place* tidak dapat dibuktikan, sedangkan variabel *price* dan *promotion* menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap WOM, *purchase decision* namun tidak berpengaruh signifikan terhadap *repurchase intention*. Model simultan yang dihasilkan dalam penelitian ini adalah $Y_1 = 0,159 X_2 + 0,725 X_3 + Z_3$; $Y_2 = 0,065 X_2 + 0,297 X_3 + Z_4$; dan $Y_3 = 0,205 X_2 + 0,937 X_3 + Z_5$.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran 4P, *Word of Mouth*, Keputusan Pembelian, Niat Pembelian Ulang

ABSTRACT

Kopi Keliling Surabaya is a coffee drink brand that comes with a mobile coffee concept targeting urban consumers. In an effort to increase marketing effectiveness, Kopi Keliling faces challenges in managing marketing mix elements (product, price, place, and promotion) that affect Word of Mouth (WOM), purchase decisions, and repurchase intentions. This study aims to analyze the effect of the 4P marketing mix on WOM, purchase decision, and repurchase intention of Kopi Keliling Surabaya. The method used in this research is Structural Equation Modeling (SEM) with a quantitative approach. SEM is used to analyze the simultaneous relationship between variables. The results showed that the product and place variables could not be proven, while the price and promotion variables showed a significant effect on WOM, purchase decision but had no significant effect on repurchase intention. The simultaneous model generated in this study is $Y_1 = 0.159 X_2 + 0.725 X_3 + Z_3$; $Y_2 = 0.065 X_2 + 0.297 X_3 + Z_4$; and $Y_3 = 0.205 X_2 + 0.937 X_3 + Z_5$.

Keywords: *4P Marketing Mix, Word of Mouth, Purchase Decision, Repurchase Intention*