

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN 7P TERHADAP
KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN
LEDUG COFFEE INDONESIA**

SKRIPSI



Oleh:

DYAH FIRDAUSI NUZULIYANI
NPM: 19024010083

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR
SURABAYA
2025**

PENGARUH BAURAN PEMASARAN 7P TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN LEDUG COFFEE INDONESIA

SKRIPSI

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



Oleh:

DYAH FIRDAUSI NUZULIYANI

NPM: 19024010083

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR
SURABAYA
2025**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN 7P TERHADAP KEPUASAN
DAN LOYALITAS KONSUMEN DI LEDUG COFFEE INDONESIA**

Oleh:

DYAH FIRDAUSI NUZULIYANI

NPM: 19024010083

Telah diterima pada
September 2025

Telah disetujui oleh

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

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

Dr. Noor Rizkiyah, S.P., M.P
NIP. 21219740720283

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Agribisnis

Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP
NIP. 19590211 198903 1001

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN 7P TERHADAP KEPUASAN
DAN LOYALITAS KONSUMEN DI LEDUG COFFEE INDONESIA**

Oleh :

DYAH FIRDAUSI NUZULIYANI

NPM: 19024010083

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada September 2025

Telah disetujui oleh:

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping


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


Dr. Noor Rizkiyah, S.P., M.P
NIP. 21219740720283

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian

Koordinator Program Studi Agribisnis


Prof. Dr. Ir. Wanti Mindari, M.P.
NIP. 19631208 199003 2001


Dr. Ir. Nuriah Yuliati, M.P.
NIP. 19620712 199103 2001

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dyah Firdausi Nuzuliyani
NPM : 19024010083
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Agribisnis
Fakultas : Pertanian

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 dan Loyalitas Konsumen di Ledug coffee Indonesia” menegaskan kalau Tugas akhir itu tertera lepas terhadap penjiplakan.

Surabaya, 10 September 2025

Yang Membuat pernyataan



Dyah Firdausi Nuzuliyani
NPM. 19024010083

KATA PENGANTAR

Rasa terima kasih kepada Allah SWT atas limpahan anugerah serta nikmat-Nya maka penulis berhasil menuntaskan karya ilmiah yang bertajuk “Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen di Ledug coffee Indonesia” secara maksimal. Tugas akhir ini dibuat untuk menuntaskan kewajiban kuliah sebagai sebuah ketentuan demi meraih predikat Pendidikan Tingkat Sarjana (S1) di Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Di samping itu, tugas akhir ini dirancang menjadi sebuah bentuk penerapan terhadap pengetahuan yang diperoleh sepanjang periode akademik pada Program Studi Agribisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Pengarang memahami jika seluruh pencapaian serta keberhasilan pada perancangan karya ilmiah ini tidak terpisah berkat pertolongan Allah Yang Maha Kuasa serta pun tidak terpisah melalui dukungan banyak pihak. Pengarang menyampaikan penghargaan untuk Prof. Dr. Ir. Sri Tjondro Winarno, M.M sebagai Dosen Pembimbing Utama serta Dr. Noor Rizkiyah, S.P., M.P sebagai Dosen Pembimbing Pendamping yang sudah sering menyampaikan arahan, dorongan, saran serta menyisihkan kesempatan juga usaha dengan total ketabahan dan ketulusan demi menuntun pengarang. Pengarang turut mengutarakan apresiasi setulus-tulusnya untuk:

1. Prof. Dr. Ir. Wanti Mindari, M.P sebagai Dekan Fakultas Pertanian UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP sebagai koordinator Program Studi Agribisnis.
3. Prof. Dr. Ir. Syarif Imam Hidayat, MM sebagai Ketua Jurusan Agribisnis.

4. Seluruh pendidik universitas Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur untuk pengetahuan yang sudah disampaikan sepanjang pengarang menempuh pendidikan tinggi pada Jurusan Agribisnis. Ayah serta ibu yang sudah sering menyampaikan doa juga support ketika mengerjakan semua aktivitas tugas akhir.
5. Ayah dan ibu saya, yang sudah memberikan saya bantuan berupa finansial ataupun mental demi menuntaskan tugas akhir ini.
6. Teman spesial saya Mahesa Yudha Erdiansyah yang telah memberikan motivasi dan semangat sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik
7. Safira, Catherine, Grace dan teman-teman agribisnis 2019 kelas B yang menemani dan membantu penulis dalam penyusunan laporan dan berperan banyak dalam pelaksanaan sidang skripsi penulis.

Pengarang memahami kalau perancangan tugas akhir ini masih terdapat kelemahan. Untuk alasan tersebut, masukan, usul serta kontribusi yang membangun sangat penulis harapkan.

Surabaya, September 2025

Penulis

Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Ledug Coffee Indonesia

Abstrak

Bauran pemasaran berperan penting dalam dunia usaha saat ini, karena kepuasan dan loyalitas konsumen tercipta dari strategi bauran pemasaran yang baik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran 7P yang terdiri dari *product, price, place, promotion, people, process* dan *physical evidence* terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen kopi bubuk Ledug Coffee Indonesia. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli dan mengonsumsi produk kopi bubuk dari Ledug Coffee Indonesia dengan teknik pengambilan sampel menggunakan pengambilan sampel purposive dan data yang diperoleh dengan mendistribusikan kuisioner kepada 74 responden. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah evaluasi model SEM menggunakan *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bauran pemasaran 7P memiliki hubungan yang positif terhadap kepuasan konsumen. Variabel produk, harga dan proses berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, sedangkan variabel tempat, promosi, orang, dan bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Ledug Coffee Indonesia. Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Kepuasan konsumen Ledug Coffee Indonesia dipengaruhi oleh beberapa indikator yang paling utama adalah kualitas kopi.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran; Kepuasan; Loyalitas

Abstract

Marketing mix plays an important role in today's business world, because consumer satisfaction and loyalty are created from a good marketing mix strategy. This study aims to analyze the effect of the 7P marketing mix consisting of product, price, place, promotion, people, process and physical evidence on consumer satisfaction and loyalty of Ledug Coffee Indonesia ground coffee. The population in this study were consumers who had purchased and consumed ground coffee products from Ledug Coffee Indonesia with a sampling technique using purposive sampling and data obtained by distributing questionnaires to 74 respondents. The method used in this study is the evaluation of the SEM model using Partial Least Square (PLS). The results of this study indicate that the 7P marketing mix has a positive relationship with consumer satisfaction. The product, price and process variables have a positive and significant effect on satisfaction, while the place, promotion, people and physical evidence variables do not have a significant effect on consumer satisfaction of Ledug Coffee Indonesia. Consumer satisfaction has a positive and significant effect on consumer loyalty. Consumer satisfaction of Ledug Coffee Indonesia is influenced by several indicators, the most important of which is coffee quality.

Keywords: Marketing Mix; Satisfaction; Loyalty

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Batasan Masalah	12
II. TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Landasan Teori	20
2.2.1 Kopi	20
2.2.2 Bauran Pemasaran	24
2.2.3 Kepuasan Konsumen	37
2.2.4 Loyalitas Konsumen	43
2.2.5 <i>Structural Equation Modelling – Partial Least Square</i> (SEM-PLS)	47
2.3 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	50

2.3.1 Kerangka Pemikiran	50
2.3.2 Hipotesis Penelitian	54
III. METODOLOGI PENELITIAN.....	55
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	55
3.2 Metode Penentuan Lokasi.....	55
3.3 Penentuan Populasi dan Sampel	56
3.3.1 Populasi.....	56
3.3.2 Sampel.....	56
3.4 Jenis Data	57
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	58
3.6 Metode Analisis Data.....	60
3.7 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	67
3.8 Jadwal Pelaksanaan.....	72
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	73
4.1 Gambaran Umum Perusahaan dan Lokasi Penelitian.....	73
4.1.1 Profil Perusahaan	73
4.1.2 Gambaran Umum Wilayah Penelitian	75
4.1.3 Struktur Organisasi Kedai Kopi Ledug.....	76
4.1.4 Produk	77
4.2 Karakteristik Pelanggan	80
4.2.1 Responden berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	81
4.2.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	81
4.2.3 Responden Berdasarkan Usia	82
4.3 Deskripsi Penilaian Responden Terhadap Variabel.....	82

4.3.1 Deskripsi Penilaian Responden Terhadap Variabel Bauran Pemasaran.....	83
4.3.2 Deskripsi Penilaian Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen.....	90
4.3.3 Deskripsi Penilaian Responden Terhadap Variabel Loyalitas Konsumen.....	91
4.4 Analisis SEM-PLS	92
4.4.1 Evaluasi Model Pengukuran	92
4.4.2 Evaluasi Model Struktural	97
4.5 Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen Ledug Coffee.....	100
4.5.1 Pengaruh Produk terhadap Kepuasan Konsumen	100
4.5.2 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen.....	101
4.5.3 Pengaruh Tempat terhadap Kepuasan Konsumen	101
4.5.4 Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Konsumen	103
4.5.5 Pengaruh Proses terhadap Kepuasan Konsumen	105
4.5.6 Pengaruh Orang terhadap Kepuasan Konsumen.....	106
4.5.7 Pengaruh Bukti Fisik terhadap Kepuasan Konsumen.....	107
4.6 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas.....	108
V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	110
5.1 Kesimpulan	110
5.2 Saran	110
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN.....	119

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1. 1	Luas Area dan Jumlah Produksi Kopi 6 Provinsi di Indonesia	4
1. 2	Jumlah Produksi Kopi Provinsi Jawa Timur Tahun 2020-2021...	5
1. 3	Luas Area dan Jumlah Produksi Kopi Kab. Pasuruan 2018-2019	5
3. 1	Skor Skala Likert	71
3. 2	Indikator Variabel Penelitian	71
3. 3	Rencana Jadwal Penelitian.....	72
4. 1	Karakteristik Produk Luwak Coffee Ledug	78
4. 2	Karakteristik Produk Specialty Coffee Ledug	79
4. 3	Karakteristik Produk Lanang Coffee Ledug	80
4. 4	Responden berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	81
4. 5	Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	81
4. 6	Responden berdasarkan Usia	82
4. 7	Kriteria Rataan Skor	83
4. 8	Hasil Penilaian Variabel Produk.....	83
4. 9	Hasil Penilaian Variabel Harga.....	84
4. 10	Hasil Penilaian Variabel Tempat	85
4. 11	Hasil Penilaian Variabel Promosi	86
4. 12	Hasil Penilaian Variabel Proses	87
4. 13	Hasil Penilaian Variabel Orang	88
4. 14	Hasil Penilaian Variabel Bukti Fisik.....	89
4. 15	Hasil Penilaian Variabel Kepuasan Konsumen	90
4. 16	Hasil Penilaian Variabel Loyalitas Konsumen	91

4. 17	Nilai Loading Factor	93
4. 18	Nilai Indicator Weight	94
4. 19	Nilai Kuadrat AVE	96
4. 20	Nilai Composite Reliability & Cronbach's Alpha	97
4. 21	Hasil Model Fit & Quality Indices.....	98
4. 22	Hasil Uji Hipotesis Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen	100
4. 23	Hasil Uji Hipotesis Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas	108

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1. 1	Konsumsi Kopi Global 2022/2023	3
1. 2	Volume Produksi Ledug Coffee Indonesia 2022-2023	8
1. 3	Omzet Penjualan Ledug Coffee Indonesia 2022-2023	9
2. 1	Kerangka Penelitian	53
3. 2	Diagram Jalur	64
4. 1	Susunan Organisasi Ledug Coffee	76
4. 2	Luwak Coffee Arabica & Robusta	78
4. 3	Specialty Coffee Arabica & Robusta	79
4. 4	Lanang Coffee Arabica & Robusta	80
4. 5	Model Struktural melalui WarpPLS	97
4. 6	Promosi Ledug Coffee Melalui Instagram	104