

PENGARUH *MARKETING MIX*

TERHADAP

KEPUASAN KONSUMEN DI KOPI STUDIO 24 MALANG

Oleh:

Nama : Kurnia Febriansyah

NIM : 24169023

Skripsi

**Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen
Konsentrasi Pemasaran**



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

Februari 2021

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

PENGESAHAN

Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Kepuasan Konsumen di Kopi Studio 24 Malang

Diajukan Oleh :

Nama : Kurnia Febriansyah

NIM : 24169023

Jakarta, 5 Februari 2021

Disetujui Oleh

Pembimbing



Brastoro, Drs., M.M.

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2021

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



ABSTRAK

Kurnia Febriansyah / 24169023 / 2021 / Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen di Kopi Studio 24 Malang / Brastoro, Drs., M.M.

Saat ini coffee shop semakin banyak bermunculan hal ini tentu saja menimbulkan persaingan yang sangat ketat. Dalam persaingan tersebut masing masing coffee shop harus mampu menerapkan marketing yang baik atau yang lebih dikenal marketing mix yang bertujuan untuk menarik konsumen dan memberikan kepuasan bagi konsumen.

Dalam penelitian ini apakah variabel variabel dalam *Marketing Mix* akan menunjukkan pengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kopi Studio 24 Malang.

Objek penelitian ini adalah konsumen dari Kopi Studio 24 Malang. Sampel diperoleh 100 konsumen. Desain penelitian menggunakan pengujian hipotesis untuk melihat pengaruh *product, price, promotion, place, people, physical evidence, process* terhadap kepuasan konsumen. Penelitian menggunakan data kuantitatif dan perhitungan statistik dengan program SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel produk dan promosi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen; variabel harga dan tempat berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen; variabel orang, proses dan tampilan fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.

Kata kunci : *Marketing Mix*, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Kurnia Febriansyah / 24169023 / 2021 / The Influence of Marketing Mix on Customer Satisfaction in Kopi Studio 24 Malang / Brastoro, Drs., M.M.

Currently coffee shop more seen the emergence of course give rise to a tight competition. In this competition, each in the coffee shop to be able to apply good marketing or better known as a marketing mix which aims to attract consumers and provide satisfaction for consumers.

This study are variables in marketing mix will show the effect on customer satisfaction at the Kopi Studio 24 Malang.

The object of this research is consumer kopi studio 24 malang. Samples obtained 100 consumers. Design used the hypothesis testing to identify the effect product , price , promotion , place , people, physical evidence, process on customer satisfaction. The research uses quantitative data and statistical calculations with SPSS program.

The results of this study indicate that variable products and promotion have negative effects and insignificant on variables costumer satisfaction; prices and place have positive effects and insignificant on variables customer satisfaction ; people and physical evidence process have positive effects and significant on variables customer satisfaction

Keywords: Marketing Mix, Customer Satisfaction





KATA PENGANTAR

Syukur *Alhamdulillah* penulis panjatkan kehadiran Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* yang telah melimpahkan Rahmat-Nya sehingga penulis mendapat bimbingan dan kemudahan dalam menyelesaikan penyusunan Skripsi dengan judul “Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Kepuasan Konsumen di Kopi Studio 24 Malang”. Skripsi ini merupakan syarat akademis dalam menyelesaikan pendidikan S1 Jurusan Manajemen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Jakarta.

Penulis menyadari bahwa sejak persiapan dan proses penelitian hingga laporan hasil penelitian ini terdapat banyak kesulitan dan tantangan yang dihadapi, namun berkat *Ridha* dari Allah *Subhanahu Wa Ta'ala*, serta bimbingan berbagai pihak maka segala kesulitan dan tantangan yang dihadapi dapat teratasi.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi khususnya pihak-pihak yang membantu penyelesaian skripsi ini.

Berikut pihak yang sudah membantu :

1. Kepada dosen pembimbing Bapak Brastoro, Drs., M.M. yang bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ibu saya yang senantiasa mendoakan dan memberi dukungan.
3. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Manajemen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Jakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
4. Kepada Bapak Dergibson Siagian, Ir., M.M dan Bapak Taupik serta staff pengurus kelas Eksekutif yang memberikan arahan selama berlangsungnya proses perkuliahan hingga akhir.
5. Kepada Mas Taufik dari pihak Kopi Studio 24 Malang yang telah membantu dan mendukung.



6. Kepada para responden yang bersedia membantu peneliti untuk mengisi kuesioner penelitian ini.
7. Kepada atasan saya di kantor Mas Ari Novi W yang selalu mendukung, mendoakan dan mengingatkan untuk segera menyelesaikan skripsi.
8. Kepada sahabat saya Ulfa, Vicky, Nofita yang telah memberikan dukungan dan bantuannya kepada saya dalam pengerjaan skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
9. Teman-teman angkatan 2016 yang telah memberikan bantuan dan semangat kepada penulis selama menempuh studi di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Jakarta
- Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya kemampuan dan ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh peneliti, oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari seluruh pembaca. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca

Jakarta, Februari 2021

Peneliti,

Kurnia Febriansyah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penelitian.....	6
F. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teoritis	8
1. Pemasaran.....	8
2. Pemasaran Jasa	9
3. <i>Marketing Mix</i>	10
a. Produk / <i>Product</i>	10
b. Harga / <i>Price</i>	12
c. Tempat / <i>Place</i>	14





d. Promosi / <i>Promotion</i>	15
e. Orang / <i>People</i>	16
f. Proses / <i>Process</i>	17
g. Tampilan Fisik / <i>Phsycal Evidence</i>	18
4. Kepuasan Konsumen	19
B. Penelitian Terdahulu.....	22
C. Kerangka Pemikiran	23
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Objek Penelitian	27
B. Desain Penelitian	27
C. Variabel Penelitian	27
D. Teknik Pengambilan Sampel	29
E. Teknik Pengumpulan Data	29
F. Teknik Analisis Data	29
1. Rentang Skala dan Kriterianya.....	29
2. Uji Validitas.....	31
3. Uji Realibilitas.....	31
4. Uji Asumsi Klasik	32
a. Uji Normalitas Residual	32
b. Uji Multikolinieritas	33
c. Uji Heteroskedastisitas	33
d. Uji Autokorelasi	34
5. Uji Regresi Linier Berganda.....	34
a. Uji Keterandalan Model (Uji F)	34
b. Uji Signifikasi Koefisien (Uji T).....	35

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI RKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



c. Koefisien Determinasi (R^2).....	35
d. Uji Dominan	36
© BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	37
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	37
B. Analisis Deskriptif	37
1. Deskriptif Responden	37
a. Usia.....	37
b. Jenis Kelamin	38
c. Pekerjaan	38
2. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	39
a. Variabel X1 (Product)	39
b. Variabel X2 (Price).....	41
c. Variabel X3 (Promotion).....	43
d. Variabel X4 (Place)	45
e. Variabel X5 (People).....	47
f. Variabel X6 (Process).....	49
g. Variabel X7 (Physical Evidence).....	51
h. Variabel Y (Kepuasan Konsumen).....	53
3. Uji Validitas dan Realibilitas.....	55
a. Uji Validitas.....	55
b. Uji Realibilitas	59
C. Hasil Penelitian.....	60
1. Uji Asumsi Klasik	60
a. Uji Normalitas Residual	60
b. Uji Multikolinieritas	61

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



c. Uji Heteroskedastisitas	62
d. Uji Autokorelasi	63
2. Uji Regresi Linier Berganda.....	64
a. Uji F.....	65
b. Uji T.....	66
c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	68
d. Uji Dominan	69
D. Pembahasan	70
1. Pengaruh Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	70
2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	70
3. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen.....	71
4. Pengaruh Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen.....	72
5. Pengaruh Orang Terhadap Kepuasan Konsumen.....	73
6. Pengaruh Proses Terhadap Kepuasan Konsumen	73
7. Pengaruh Tampilan Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen.....	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	76
A. Kesimpulan.....	76
B. Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN	80

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	26
Gambar 4.1 Histogram	60
Gambar 4.2 Normal P-P Plot	60
Gambar 4.3 Uji Heterokedastisitas dengan Scatterplot	63

© **Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR TABEL

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 1	1 <i>International Coffee Organization (ICO)</i>	1
Tabel 2	1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3	1 Operasionalisasi Variabel Penelitian	28
Tabel 4	1 Usia.....	38
Tabel 4.2	1 Jenis Kelamin	38
Tabel 4.3	1 Pekerjaan	39
Tabel 4.4	1 Deskripsi Jawaban Responden Untuk Variabel X1.....	40
Tabel 4.5	1 Deskripsi Jawaban Responden Untuk Variabel X2.....	42
Tabel 4.6	1 Deskripsi Jawaban Responden Untuk Variabel X3.....	44
Tabel 4.7	1 Deskripsi Jawaban Responden Untuk Variabel X4.....	46
Tabel 4.8	1 Deskripsi Jawaban Responden Untuk Variabel X5.....	48
Tabel 4.9	1 Deskripsi Jawaban Responden Untuk Variabel X6.....	50
Tabel 4.10	1 Deskripsi Jawaban Responden Untuk Variabel X7.....	52
Tabel 4.11	1 Deskripsi Jawaban Responden Untuk Variabel Y.....	54
Tabel 4.12	1 Uji Validitas Instrumen Pertanyaan Variabel X1	56
Tabel 4.13	1 Uji Validitas Instrumen Pertanyaan Variabel X2	56
Tabel 4.14	1 Uji Validitas Instrumen Pertanyaan Variabel X3	57
Tabel 4.15	1 Uji Validitas Instrumen Pertanyaan Variabel X4	57
Tabel 4.16	1 Uji Validitas Instrumen Pertanyaan Variabel X5	57
Tabel 4.17	1 Uji Validitas Instrumen Pertanyaan Variabel X7	58
Tabel 4.18	1 Uji Validitas Instrumen Pertanyaan Variabel Y	58
Tabel 4.19	1 Uji Reliabilitas Variabel	59
Tabel 4.20	1 Uji One Sample Kolmogorov Smirnov	61



Tabel 4.21 Uji Multikolinieritas dengan VIF	62
Tabel 4.22 Uji Heterokedastisitas dengan Glejser.....	63
Tabel 4.23 Uji Autokorelasi dengan Runs Test.....	64
Tabel 4.24 Ringkasan Uji Regresi Linier Berganda.....	65
Tabel 4.25 Ringkasan Hasil Analisis Regresi	69

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	81
Lampiran 2 Tabulasi Data	84
Lampiran 3 Hasil Olah Data.....	88
Lampiran 4 Foto Kopi Studio 24 Malang.....	129

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.