

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN KOPI SUSU
DI TEMAN KERJA *COFFEE* SEMARANG**

SKRIPSI

Oleh

FARIQ AQMAL DHARMAWANGSA



**PROGRAM STUDI S-1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2026**

ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN KOPI SUSU
DI TEMAN KERJA *COFFEE* SEMARANG

Oleh

FARIQ AQMAL DHARMAWANGSA
NIM : 23020322140101

Salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Pertanian pada Program Studi S-1 Agribisnis
Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro

PROGRAM STUDI S-1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2026

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fariq Aqmal Dharmawangsa

NIM : 23020322140101

Program Studi : S-1 Agribisnis

dengan ini menyatakan sebagai berikut:

1. Skripsi yang berjudul: **Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi Susu di Teman Kerja *Coffee* Semarang** dan penelitian yang terkait dengan skripsi ini merupakan karya penulis sendiri.
2. Setiap ide atau kutipan dari karya orang lain berupa publikasi atau bentuk lainnya dalam skripsi ini, telah diakui sesuai dengan standar prosedur disiplin ilmu.
3. Penulis juga mengakui bahwa skripsi ini dapat dihasilkan berkat bimbingan dan dukungan penuh dari pembimbing yaitu: **Prof. Dr. Ir. Titik Ekowati, M.Sc.** dan **Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.**

Apabila di kemudian hari dalam skripsi ini ditemukan hal-hal yang menunjukkan telah dilakukannya kecurangan akademik, maka penulis bersedia gelar sarjana yang telah penulis dapatkan ditarik sesuai dengan ketentuan dari Program Studi S-1 Agribisnis Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro.

Semarang, Juni 2026

Penulis,



Fariq Aqmal Dharmawangsa

Mengetahui:

Pembimbing Utama

Prof. Dr. Ir. Titik Ekowati, M.Sc.

Pembimbing Anggota

Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN KOPI SUSU DI TEMAN KERJA *COFFEE* SEMARANG

Nama Mahasiswa : FARIQ AQMAL DHARMAWANGSA

Nomor Induk Mahasiswa : 23020322140101

Program Studi/Departemen : S-1 AGRIBISNIS / PERTANIAN

Fakultas : PETERNAKAN DAN PERTANIAN

Telah disidangkan di hadapan Tim Penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal ..08..JUN..2026..

Pembimbing Utama



Prof. Dr. Ir. Titik Ekowati, M.Sc.

Pembimbing Anggota



Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

Ketua Program Studi



Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

Ketua Panitia Ujian Akhir Program



Dr. Hery Setiyawan, S.Pt., M.Sc.



Prof. Sugiharto S.Pt., M.Sc., Ph.D.

Ketua Departemen



Ahmad N. Al-Baarri, S.Pt., M.P., Ph.D.

RINGKASAN

FARIQ AQMAL DHARMAWANGSA. 23020322140101. 2026. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi Susu di Teman Kerja *Coffee* Semarang (Pembimbing: **TITIK EKOWATI dan **KUSTOPO BUDIRAHARJO**)**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan bauran pemasaran (7P) yang meliputi produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*), dan bukti fisik (*physical evidence*) serta pengaruhnya terhadap keputusan pembelian minuman kopi susu di Teman Kerja *Coffee* Tembalang.

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan November hingga Desember Tahun 2025 di Teman Kerja *Coffee* Tembalang, Kota Semarang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* dengan jumlah responden sebanyak 100 konsumen yang pernah membeli produk kopi susu. Kriteria responden didominasi oleh kelompok usia muda (18-24 tahun) yang mayoritas berstatus sebagai mahasiswa. Analisis data yang digunakan meliputi analisis statistik deskriptif dan analisis regresi logistik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap penerapan bauran pemasaran 7P di Teman Kerja *Coffee* Tembalang berdasarkan nilai *mean* menunjukkan persepsi konsumen yang tinggi hingga sangat tinggi. Hal ini terlihat dari penilaian responden terhadap unsur *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *process*, dan *physical evidence* yang secara umum dinilai baik oleh konsumen.

Hasil penelitian selanjutnya menunjukkan bahwa strategi bauran pemasaran yang diterapkan oleh Teman Kerja *Coffee* Tembalang telah mampu memberikan pengalaman yang positif bagi konsumen, menunjukkan bahwa variabel bauran pemasaran (7P) secara serempak berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman kopi susu di Teman Kerja *Coffee* Tembalang. Variabel produk (*product*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), dan bukti fisik (*physical evidence*) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Bukti fisik (*physical evidence*) menjadi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Sementara itu, variabel harga (*price*), orang (*people*), dan proses (*process*) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di lokasi penelitian tersebut. Model regresi logistik dalam penelitian ini memiliki tingkat ketepatan klasifikasi yang sangat baik yaitu sebesar 94,0%

KATA PENGANTAR

Kopi susu merupakan salah satu produk minuman yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan banyak diminati oleh konsumen, khususnya di kalangan generasi muda. Permintaan yang terus meningkat mendorong munculnya berbagai *coffee shop* di Indonesia, termasuk di Kota Semarang. Tingginya permintaan tersebut, diperlukan strategi pemasaran yang tepat agar *coffee shop* mampu menarik dan mempertahankan konsumen. Keputusan konsumen dalam membeli kopi susu dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berkaitan dengan bauran pemasaran, mulai dari kualitas produk, harga, lokasi, promosi, pelayanan, proses penyajian, hingga suasana tempat. Faktor-faktor tersebut menjadi dasar pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian, sehingga penting untuk dianalisis dalam penelitian ini.

Puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi Susu di Teman Kerja *Coffee* Semarang” dengan baik dan lancar.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Pertanian pada Program Studi Agribisnis, Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro.

Penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak yang telah memberikan motivasi maupun arahan

kepada penulis, oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Titik Ekowati, M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi.
2. Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P. selaku Ketua Program Studi S1 Agribisnis dan Dosen Pembimbing Anggota yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi.
3. Prof. Sugiharto, S.Pt., M.Sc., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro.
4. Ahmad Ni'matullah Al-Baarri, S.Pt., MP., PhD. selaku Ketua Departemen Pertanian Fakultas Peternakan dan Pertanian.
5. Dr. Hery Setiyawan, S.Pt., M.Sc. selaku Dosen Wali dan Koordinator Laboratorium Manajemen Agribisnis yang telah mendukung dalam penyusunan skripsi.
6. Seluruh Dosen dan Staff Administrasi Program Studi Agribisnis dan Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro yang telah membantu penulis dalam proses belajar maupun pengurusan administrasi.
7. Faisal Alif Airlangga S.T. selaku Pemilik Teman Kerja *Coffee* Tembalang yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan kegiatan penelitian.
8. Bapak Zamhari dan Ibu Nusi Nirwani selaku kedua orang tua saya yang selalu menyertai doa, dukungan, dan kasih sayang kepada penulis.
9. Siti Sarah Rabiah Adawiyah yang selalu memberikan dukungan, doa, perhatian, serta semangat kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.

10. Teman-teman dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang ikut berperan dalam penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis sendiri maupun bagi pembaca serta pihak-pihak yang membutuhkan.

Semarang, Juni 2026

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR ILUSTRASI	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Kopi Susu	8
2.2 Keputusan Pembelian.....	9
2.3 Bauran Pemasaran	10
2.4 <i>Product</i>	11
2.5 <i>Price</i>	12
2.6 <i>Place</i>	13
2.7 <i>Promotion</i>	14
2.8 <i>People</i>	15
2.9 <i>Process</i>	15
2.10 <i>Physical Evidence</i>	16
2.11 Penelitian Terdahulu	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	19
3.1 Kerangka Pemikiran.....	19

3.2 Hipotesis Penelitian.....	21
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian	21
3.4 Metode Penelitian.....	21
3.5 Analisis Data	33
3.6 Batasan Konsep dan Pengukuran Variabel	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	47
4.2 Karakteristik Responden.....	49
4.3 Penerapan Bauran Pemasaran 7P	51
4.4 Uji Instrumen	62
4.5 Pengaruh Bauran Pemasaran.....	65
4.6 Ketepatan Klasifikasi Keputusan Pembelian	73
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	75
5.1 Simpulan	75
5.2 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN.....	81
RIWAYAT HIDUP.....	113

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Penelitian Terdahulu.....	17
2. Indikator Variabel.....	26
3. Pengukuran Variabel Kinerja	27
4. Karakteristik Responden Teman Kerja <i>Coffee Tembalang</i>	50
5. Penerapan Bauran Pemasaran <i>Product</i>	51
6. Penerapan Bauran Pemasaran <i>Price</i>	54
7. Penerapan Bauran Pemasaran <i>Place</i>	55
8. Penerapan Bauran Pemasaran <i>Promotion</i>	57
9. Penerapan Bauran Pemasaran <i>People</i>	58
10. Penerapan Bauran Pemasaran <i>Process</i>	59
11. Penerapan Bauran Pemasaran <i>Physical Evidence</i>	61
12. Hasil Uji Validitas Penelitian	62
13. Hasil Uji Reliabilitas	65
14. Hasil Uji Regresi Logistik	66
15. Hasil Uji Simultan	68
16. Hasil Uji Parsial dalam <i>Output Variables in The Equation</i>	69
17. Ketepatan Klasifikasi.....	74

DAFTAR ILUSTRASI

Nomor	Halaman
1. Kerangka Pemikiran	20

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. Peta Lokasi Teman Kerja <i>Coffee</i> Tembalang	81
2. Kuesioner.....	82
3. Identitas Responden.....	86
4. Karakteristik Responden.....	91
5. Penerapan Bauran Pemasaran 7P	92
6. Data Variabel Penelitian	95
7. Uji Validitas.....	98
8. Uji Reliabilitas	105
9. Output Analisis Regresi Logistik	107
10. Dokumentasi Penelitian.....	112