

**ANALISIS PENGARUH FAKTOR BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PRODUK KOPI ARABIKA BOWONGSO
DI KABUPATEN WONOSOBO**

SKRIPSI

Oleh

NASRUN PRADIPTA



**PROGRAM STUDI S1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2024**

ANALISIS PENGARUH FAKTOR BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PRODUK KOPI ARABIKA BOWONGSO
DI KABUPATEN WONOSOBO

Oleh

Nasrun Pradipta

23020319130085

Salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Pertanian pada Program Studi S1 Agribisnis
Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro

PROGRAM STUDI S1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2024

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

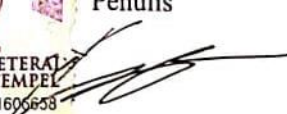
Nama : Nasrun Pradipta
N I M : 23020319130085
Program Studi : S1 Agribisnis

Dengan ini menyatakan sebagai berikut :

1. Skripsi yang berjudul :
Analisis Pengaruh Faktor Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kopi Arabika Bowongso di Kabupaten Wonosobo, dan penelitian yang terkait dengan skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri.
2. Setiap ide atau kutipan dari orang lain berupa publikasi atau bentuk lainnya dalam skripsi ini, telah diakui sesuai dengan standar prosedur disiplin ilmu.
3. Saya juga mengakui skripsi ini dapat dihasilkan berkat bimbingan dan dukungan penuh pembimbing saya, yaitu **Dr. Ir. Mukson., M.S.** dan **Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.**

Apabila kemudian hari dalam karya ilmiah ini ditemukan hal-hal yang menunjukkan telah dilakukannya kecurangan akademik oleh saya, maka saya bersedia gelar akademik yang telah saya dapatkan ditarik sesuai dengan ketentuan dari Program Studi Agribisnis Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro Semarang.

Semarang, Maret 2024

Penulis

Nasrun Pradipta

Mengetahui

Pembimbing Utama



Dr. Ir. Mukson., M.S.

Pembimbing Anggota



Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH FAKTOR BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK KOPI ARABIKA BOWONGSO DI KABUPATEN WONOSOBO

Nama Mahasiswa : NASRUN PRADIPTA

NIM : 23020319130085

Program Studi : SI AGRIBISNIS

Fakultas : PETERNAKAN DAN PERTANIAN

Telah disidangkan dihadapan Tim Penguji
dan dinyatakan lulus pada tanggal 28 Maret 2024.....

Pembimbing utama



Dr. Ir. Mukson., M.S.

Pembimbing anggota



Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

Ketua Program Studi



Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

Ketua Panitia Ujian Akhir Program



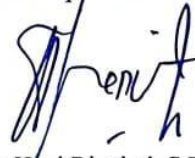
Migie Handayani, S.Pt., M.Si

Dekan



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

Ketua Departemen Pertanian



Dr. Ir. Heni Rizqiati, S.Pt., M.Si.

ANALISIS PENGARUH FAKTOR BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK KOPI ARABIKA BOWONGSO DI KABUPATEN WONOSOBO

**Oleh:
Nasrun Pradipta**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor bauran pemasaran 4P (produk, harga, tempat, dan promosi) terhadap kepuasan konsumen produk kopi arabika Bowongso di kabupaten Wonosobo. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli-September 2023 di kedai kopi Bowongso, desa Bowongso, kecamatan Kalikajar, kabupaten Wonosobo dan dikelola oleh kelompok tani Bina Sejahtera. Metode penelitian menggunakan studi kasus. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* dengan jumlah responden 100 orang dengan kriteria responden yang pernah membeli serta mengonsumsi produk kopi Bowongso minimal 2 kali. Analisis kepuasan konsumen dianalisis menggunakan metode IPA (*Importance-Performance Analysis*), dan CSI (*Customer Satisfaction Indeks*). Analisis faktor kepuasan konsumen dianalisis dengan regresi linier berganda. Berdasarkan analisis IPA ditemukan lima indikator yang perlu dilakukan perbaikan atau peningkatan untuk memaksimalkan tingkat kepuasan konsumen kopi Bowongso yaitu variasi harga, kemudahan pembayaran, akses pembelian, ketersediaan *delivery order*, dan promosi di media sosial dikarenakan indikator-indikator tersebut terletak di kuadran I yang menunjukkan tingkat kepentingan yang tinggi namun memiliki tingkat kinerja yang rendah. Berdasarkan analisis CSI secara keseluruhan konsumen sudah merasa sangat puas dengan produk kopi Bowongso yang ditunjukkan melalui nilai indeks kepuasan konsumen yaitu 83,86%. Berdasarkan analisis regresi linear berganda diketahui bahwa variabel bebas (produk, harga, tempat, dan promosi) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen) secara simultan dan parsial. Berdasarkan koefisien determinasi variasi nilai kepuasan dijelaskan oleh variabel produk, harga, tempat, dan promosi sebesar 72% sisanya 28% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

Kata Kunci: bauran pemasaran, kepuasan konsumen, kopi bowongso.

**ANALYSIS THE IMPACT OF MARKETING MIX ON CONSUMER
SATISFACTION OF BOWONGSO ARABICA COFFEE PRODUCTS
IN WONOSOBO REGENCY**

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of the 4P marketing mix factors (product, price, place, and promotion) on customer satisfaction with Bowongso's Arabica coffee products in Wonosobo regency. The study was conducted from July to September 2023 at Bowongso coffee shop in Bowongso village, Kalikajar district, Wonosobo regency, managed by the Bina Sejahtera farmer group. The research employed a case study method, and the sample technique involved accidental sampling with 100 respondents meeting the criteria of having purchased and consuming Bowongso's local coffee products at least twice. Customer satisfaction analysis utilized the Importance-Performance Analysis (IPA) method and the Customer Satisfaction Index (CSI). The analysis of customer satisfaction factors was conducted through multiple linear regression. Based on the IPA analysis, five indicators requiring improvement or enhancement were identified to maximize the level of customer satisfaction with Bowongso's local coffee products. These indicators include price variation, ease of payment, purchasing access, availability of delivery orders, and social media promotion, as they were situated in Quadrant A, indicating high importance but low performance. Based on the CSI analysis, customers, overall, already felt very satisfied with Bowongso's Arabica coffee products, as indicated by a Customer Satisfaction Index of 83.86%. The multiple linear regression analysis revealed that the independent variabels (product, price, place, and promotion) significantly influence the dependent variabel (customer satisfaction) both simultaneously and partially. According to the coefficient of determination indicates that 72% of the variation in customer satisfaction is explained by the variables product, price, place, and promotion, while the remaining 28% is explained by other variables outside the model.

Keywords: bowongso coffee, consumer satisfaction, marketing mix.

KATA PENGANTAR

Kopi Bowongso merupakan kopi yang diproduksi dan dikelola oleh kelompok tani Bina Sejahtera. Sebagai produsen sekaligus pemasar tentunya harus memiliki strategi yang tepat untuk memasarkan produknya untuk meningkatkan penjualan dan mencapai kepuasan konsumen. Strategi yang dapat digunakan salah satunya yaitu bauran pemasaran.

Bauran pemasaran merupakan kombinasi dari empat elemen penting: produk, harga, tempat, dan promosi. Analisis terhadap faktor-faktor ini sangatlah penting dalam pemasaran kopi. Hal ini akan mendorong optimalisasi usaha yang dijalankan melalui wawasan mengenai cara meningkatkan kepuasan konsumen, memperoleh pangsa pasar yang lebih besar, serta membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen.

Segala Puji penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Penyusun ingin menyampaikan terima kasih kepada pihak yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan dukungan dan arahan selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini penyusun ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Mukson., M.S. selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah berkenan meluangkan waktu, memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penyusun selama penyusunan skripsi.
2. Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P. selaku Dosen Pembimbing Anggota sekaligus Ketua Program Studi Agribisnis.

3. Prof. Sugiharto, S.Pt., M.Sc., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro.
4. Dr. Ir. Heni Rizqiati, S.Pt., M.Si. selaku Ketua Departemen Pertanian Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro.
5. Dr. Ir. Edy Prasetyo, M.S. selaku dosen wali atas segala bimbingan dan kesempatan yang telah penulis terima selama menempuh pendidikan di Universitas Diponegoro.
6. Seluruh Dosen dan Staff Administrasi Program Studi Agribisnis dan Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro yang telah membantu dalam proses belajar mengajar serta dalam pengurusan administrasi.
7. Orang tua tercinta, Bapak Sri Mulyanto, Almh Ibu Erma Noviriana, dan Ibu Siti Suratmi yang telah memberikan dukungan secara moril dan materi kepada penyusun.
8. Kelompok tani Bina Sejahtera dan mas Eed selaku ketua yang telah memberikan izin untuk melaksanakan penelitian di tempatnya serta memberikan ilmu yang bermanfaat.
9. Maya Estikasari yang senantiasa mendorong menyelesaikan penyusunan skripsi.
10. Teman-teman tercinta yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam penyusunan skripsi.

Penyusun menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penyusun mengharapkan kritik dan saran yang bersifat

membangun untuk menyempurnakan skripsi ini.

Semarang, Maret 2024

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR ILUSTRASI.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Tujuan.....	5
1.3. Manfaat.....	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Kopi	6
2.2. Kopi Lokal Bowongso.....	7
2.3. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	8
2.4. Kepuasan Konsumen	13
2.5. IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>)	14
2.6. CSI (<i>Customer Satisfaction Index</i>).....	16
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	18
3.1. Kerangka Pemikiran	18
3.3. Hipotesis	20
3.4. Waktu dan Lokasi.....	20
3.5. Metode Penelitian.....	21
3.6. Penentuan Pengambilan Sampel.....	21
3.7. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.8. Metode Pengolahan dan Analisis Data.....	23

3.9. Konsep dan Pengukuran Variabel	30
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1. Kondisi Umum Daerah Penelitian.....	32
4.2. Sejarah Kopi Bowongso	34
4.3. Karakteristik Konsumen	35
4.4. Uji <i>Goodness of Fit</i> Kuesioner Penelitian	40
4.5. Analisis Kepuasan Konsumen	42
4.6. Uji Normalitas	53
4.7. Uji Asumsi Klasik	54
4.8. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	56
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	60
5.1. Simpulan.....	60
5.2. Saran	61
LAMPIRAN	67
RIWAYAT HIDUP	119

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Interpretasi Analisis CSI.....	17
2. Rekapitulasi Karakteristik Konsumen	36
3. Hasil perhitungan uji multikolineritas	54
4. Hasil pengujian heteroskedastisitas.	55
5. Hasil pengujian CSI.	52
6. Tabel hasil perhitungan uji parsial (Uji T)	58

DAFTAR ILUSTRASI

Nomor	Halaman
1. Kerangka Pemikiran	19

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. Peta lokasi.....	67
2. Kuesioner	68
3. Identitas Responden.....	76
4. Tabulasi Skor Tingkat Kinerja.....	81
5. Tabulasi Skor Tingkat Harapan	86
6. Tabulasi Skor Kepuasan	92
7. Hasil Uji Validitas	98
8. Hasil Uji Reliabilitas	99
9. Hasil Uji Normalitas	100
10. Hasil Uji Multikolinearitas	101
11. Hasil Uji Heteroskedastitas	102
12. Perhitungan Tingkat Kesesuaian Kinerja dan Harapan.....	103
13. Hasil Uji CSI	113
14. Hasil Uji F dan Uji Koefisien Determinasi	115
15. Hasil Uji T	116
16. Dokumentasi	117