

**Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Warung  
Kopi "Merapi" di Desa Kepuharjo Kecamatan Cangkringan Kabupaten  
Sleman Yogyakarta**

**SKRIPSI**



**DISUSUN OLEH  
AGRINA OKTAFIANI BACHTIAR  
18 / 19928 / EP**

**JURUSAN EKONOMI PERTANIAN  
FAKULTAS PERTANIAN  
INSTITUT PERTANIAN STIPER  
YOGYAKARTA**

**2022**

**Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Warung  
Kopi "Merapi" di Desa Kepuharjo Kecamatan Cangkringan Kabupaten  
Sleman Yogyakarta**

**SKRIPSI**



**DISUSUN OLEH  
AGRINA OKTAFIANI BACHTIAR  
18 / 19928 / EP**

**FAKULTAS PERTANIAN  
INSTITUT PERTANIAN STIPER  
YOGYAKARTA**

**2022**

**HALAMAN PENGESAHAN  
SKRIPSI**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS  
KONSUMEN PADA WARUNG KOPI "MERAPI" DI DESA KEPUHARJO  
KECAMATAN CANGKRINGAN KABUPATEN SLEMAN**



Telah dipertanggungjawabkan di depan Dosen Penguji Program Studi Agribisnis,  
Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Stiper Yogyakarta  
pada tanggal 6 Juli 2022

Dosen Pembimbing : Dr. Ir. Danang Manumono, M. S.

Dosen Penguji : Amallia Ferhat, SP., M. Sc.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian



(Dr. Dimas Deworo Puruhito, SP. MP.)

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi ataupun bersifat plagiatisme. Sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh pihak atau orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 6 Juli 2022

Yang menyatakan

(Agrina Oktafiani Bachtiar)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Analisis Strategi Pemasaran terhadap Loyalitas Konsumen Pada Warung Kopi “Merapi” di Desa Kepuharjo Kecamatan Cangkringan Kabupatenn Sleman**” ini dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat guna meraih gelar Sarjana Pertanian pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian INSTIPER Yogyakarta. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang besar kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Harsawardana, M.Eng selaku Rektor Institut Pertanian STIPER Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Dimas Deworo Puruhito, SP, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian STIPER Yogyakarta.
3. Ibu Arum Ambarsari, S.P.,M.P selaku Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian.
4. Dr. Ir. Danang Manumono, M. S. selaku dosen pembimbing yang senantiasa telah memberikan waktu dan kesabaran untuk memerikan nasihat, arahan, dan bimbingannya kepada penulis dalam pembuatan skripsi ini.
5. Amallia Ferhat, SP., M. Sc. selaku dosen kedua yang turut membimbing penulias dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Kedua orang tua saya beserta adik saya yang ikut memberikan semangat, doa, serta dukungan penuh kepada penulis.
7. Teman-teman saya *Pamer Doi* Krisna dan Regi yang telah memberikan semangat, dukungan, serta hiburan kepada penulis selama proses penulisan skripsi ini.
8. Teman-teman magang saya yang memberikan semangat kepada penulis selama proses penulisan skripsi.
9. Bapak-bapak GRAB, Gojek dan MAXIM yang telah mengantarkan saya ke kampus selama proses penulisan dan penyusunan skripsi.

Penulis sadar bahwa masih terdapat kekurangan dalam pembuatan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis sangat menerima kritik dan saran yang membangun. Harapannya, isi dari skripsi ini bisa bermanfaat dan menjadi ilmu bagi pembaca maupun penulis.

## Daftar Isi

|  |    |
|--|----|
| HALAMAN JUDUL.....   | i  |
| HALAMAN PENGESAHAN .....   | i  |
| KATA PENGANTAR .....   | i  |
| Daftar Isi .....   | i  |
| Daftar Tabel .....   | i  |
| Daftar Gambar .....  | i  |
| BAB I PENDAHULUAN.....   | 1  |
| A. Latar Belakang .....  | 1  |
| B. Rumusan Masalah.....  | 2  |
| C. Tujuan Penelitian .....                                       | 2  |
| D. Manfaat Penelitian .....                                      | 3  |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....                  | 4  |
| A. Tinjauan Pustaka .....  | 4  |
| B. Landasan Teori.....   | 5  |
| C. Kerangka Berfikir .....                                       | 10 |
| D. Pengujian Hipotesis .....                                     | 12 |
| BAB III METODE PENELITIAN.....                                   | 13 |
| A. Metode Dasar Penelitian .....                                 | 13 |
| B. Metode Penentuan Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Penelitian..... | 13 |
| C. Penentuan Sampel .....  | 13 |
| D. Metode Pengambilan dan Pengumpulan Data .....                 | 14 |
| E. Konseptualisasi dan Pengukuran Variabel .....                 | 14 |
| F. Analisis Data dan Pembentukan Model .....                     | 15 |
| BAB IV KEADAAN UMUM LOKASI/DAERAH PENELITIAN .....               | 17 |
| A. Gambaran Umum Warung Kopi “Merapi” .....                      | 17 |
| B. Visi dan Misi Warung Kopi “Merapi” .....                      | 19 |
| C. Produk dan Sumber Pemasok.....                                | 19 |

|   |    |
|---|----|
| D. Produk Pemasaran.....                        | 19 |
| E. Warung Kopi “Merapi” Pada Saat Pandemi ..... | 20 |
| F. Struktur Organisasi .....                    | 21 |
| BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....                | 22 |
| A. Hasil Penelitian .....                       | 22 |
| B. Analisis Data .....                          | 26 |
| BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....               | 37 |
| A. Kesimpulan.....                              | 37 |
| B. Saran .....                                  | 37 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                            | 38 |
| Lampiran .....                                  | 41 |



## Daftar Tabel

Tabel 1. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 2. Data Responden Berdasarkan Usia..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. Data Responden Berdasarkan Status ..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. Data Responden Berdasarkan Pekerjaan..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 5. Data Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan ...**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 6. Data Responden Berdasarkan Berapa Kali Melakukan Kunjungan ..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 7. Data Responden Berdasarkan Waktu Berkunjung .....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 8. Respon Konsumen Berdasarkan Variabel Marketing Mix .**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 9. Respon Konsumen Berdasarkan Variabel Experiential Marketing ..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 10. Respon Konsumen Berdasarkan Variabel Loyalitas ..**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 11. Hasil Analisis Regresi Berganda Marketing Mix .....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 12. Hasil Analisis Regresi Berganda Experiential Marketing..**Error! Bookmark not defined.**

## **Daftar Gambar**

- Gambar 1. Kerangka Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2. Struktur organisasi ..... **Error! Bookmark not defined.**

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan strategi pemasaran *Marketing Mix* dan *Experiential Marketing* terhadap loyalitas, dan mengetahui komponen yang paling dominan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Warung Kopi “Merapi” Desa Kepuharjo, Kecamatan Cangkringan, Kabupaten Sleman, Yogyakarta.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara observasi. Metode penentuan sampel dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. Pengambilan dan pengumpulan data penelitian ini menggunakan metode wawancara dan kuisioner.

Penelitian ini dianalisis menggunakan metode analisis deskriptif dan regresi linier berganda. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan penerapan bauran pemasaran yang dilakukan oleh Warung Kopi “Merapi”. Sedangkan, analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui hubungan variabel bebas bauran pemasaran terhadap variabel terikat yaitu loyalitas.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Loyalitas konsumen di Warung Kopi “Merapi” tidak dipengaruhi oleh komponen *Marketing Mix* harga, produk, suasana/lokasi, bukti fisik, orang dan proses, tetapi komponen promosi berpengaruh positif dan dominan mempengaruhi loyalitas konsumen merupakan promosi tidak langsung. Seluruh komponen *Experiential Marketing* tidak berpengaruh terhadap konsumen loyalitas di warung kopi.

**Kata kunci :** *Marketing mix*, *Experiential marketing*, Loyalitas konsumen.

Yogyakarta, 26 Juli 2022



Dr. Ir. Dahang Manumono, M. S.