

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP  
PERILAKU KONSUMEN KOPI**

**(Studi Kasus: Konsumen Kedai Kopi di Desa Condongcatur Kecamatan  
Depok Kabupaten Sleman)**

**SKRIPSI**



**DISUSUN OLEH:**

**Muhammad As'ad Rosyadi**

**2019/21396/EP**

**FAKULTAS PERTANIAN  
INSTITUT PERTANIAN STIPER  
YOGYAKARTA**

**2023**

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP  
PERILAKU KONSUMEN KOPI**

**(Studi Kasus: Konsumen Kedai Kopi di Desa Condongcatur Kecamatan  
Depok Kabupaten Sleman)**

**SKRIPSI**



**DISUSUN OLEH:**

**Muhammad As'ad Rosyadi**

**2019/21396/EP**

**JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN  
FAKULTAS PERTANIAN  
INSTITUT PERTANIAN STIPER  
YOGYAKARTA  
2023**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**SKRIPSI**  
**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP**  
**PERILAKU KONSUMEN KOPI**  
**(Studi Kasus: Konsumen Kedai Kopi di Desa Condongcatur Kecamatan**  
**Depok Kabupaten Sleman)**

**Disusun Oleh:**  
**Muhammad As'ad Rosyadi**  
**19/21396/EP**

Telah dipertanggungjawabkan di depan Dosen Penguji Jurusan Sosial Ekonomi  
Pertanian, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Stiper Yogyakarta  
Pada tanggal 16 Mei 2023



Yogyakarta, 23 Mei 2023

Menyetujui,

Dosen Pembimbing 1

(Tri Endar Suswatiningsih, SP., MP)

Dosen Pembimbing 2

(Arum Ambarsari, SP., MP)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian



(Ir. Samsuri Tarmadja, 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, 23 Mei 2023

Yang Menyatakan,

Muhammad As'ad Rosyadi

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang karena berkat dan rahmatnya penyusunan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Konsumen Kopi (Studi Kasus: Konsumen Kedai Kopi di Desa Condong Catur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman)”, ini terselesaikan guna memenuhi syarat dalam menyelesaikan Pendidikan Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Institut Pertanian Stiper Yogyakarta.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah membantu dan membimbing serta memberi dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, karena Rahmatnya dan Karunianya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Harsawardana, M.Eng selaku Rektor Institut Pertanian Stiper Yogyakarta.
3. Bapak Ir. Samsuri, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian Institut Pertanian Stiper Yogyakarta.
4. Ibu Siwi Istiana Dinarti, SP. M.Sc selaku Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Institut Pertanian Stiper Yogyakarta.
5. Ibu Tri Endar Suswatiningsih, SP. MP selaku Dosen Pembimbing Pertama yang telah membimbing dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai
6. Ibu Arum Ambarsari, SP. MP selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah membimbing dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai
7. Orang tua yang telah mendoakan selama proses penyusunan dan penelitian berlangsung.
8. Seluruh pihak yang telah ikut berpartisipasi atas selesainya penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, penulis mempunyai harapan besar skripsi ini memberikan manfaat kepada semua pembacanya. Penulis juga berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan semoga Tuhan Yang Maha Esa memberi perlindungan kepada kita semua.

Yogyakarta, 22 Mei 2023

(Muhammad As'ad Rosyadi)

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR TABEL .....	viii
I. PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian .....	3
1.4. Manfaat Penelitian .....	3
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	4
2.1. Tinjauan Pustaka.....	4
2.1.1 Kedai Kopi ( <i>Coffee Shop</i> ) .....	4
2.2. Penelitian Terdahulu.....	5
2.3. Landasan Teori.....	8
2.3.1 Teori Bauran Pemasaran.....	8
2.3.2 Teori Perilaku Konsumen.....	24
2.4. Kerangka Pemikiran .....	43
2.5. Hipotesis Penelitian.....	45
III. METODOLOGI PENELITIAN .....	46
3.1 Metode dasar penelitian .....	46
3.2 Metode Penentuan Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Penelitian.....	46
3.3 Metode Penentuan Sampel.....	46
3.4 Metode Pengambilan dan Pengumpulan Data .....	47
3.5 Konseptualisasi dan Pengukuran Variabel.....	48
3.6 Analisa Data dan Pembentukan Model.....	49
IV. KEADAAN UMUM LOKASI/DAERAH PENELITIAN.....	52
4.1 Letak Geografis dan Luas Wilayah.....	52
4.2 Keadaan Penduduk.....	53
4.3 Keadaan Pertanian .....	53

4.4 Keadaan Ekonomi .....	54
V. HASIL DAN PEMBAHASAN .....	55
5.1 Karakteristik Kedai Kopi .....	55
5.2 Karakteristik Konsumen Kedai kopi.....	61
5.3 Penerapan Bauran Pemasaran di Kedai Kopi.....	66
5.4 Uji Validitas dan Realibilitas .....	75
5.5 Analisis Regresi Linier .....	75
VI. KESIMPULAN DAN SARAN .....	78
6.1 Kesimpulan .....	78
6.2 Saran .....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	80
LAMPIRAN .....	82



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Skedul Total Utility dan Marginal Utility .....	27
Gambar 2. 2 Kurva Total Utility dan Marginal Utility .....	27
Gambar 2. 3 Kurva Indeferen.....	29
Gambar 2. 4 Kumpulan Kurva Indeferen .....	30
Gambar 2. 5 Marginal Rate of Substitution .....	30
Gambar 2. 6 Garis anggaran dan daerah feasible.....	31
Gambar 2. 7 Perubahan Anggaran .....	32
Gambar 2. 8 Keseimbangan Konsumen.....	33
Gambar 2. 9 Model Perilaku Konsumen.....	34
Gambar 2. 10 Skema Kerangka Pemikiran .....	44
Gambar 4.1 Peta Administrasi Desa Condong Catur.....	44
Gambar 5.1 Produk Tilasawa Space and Roaster .....	44
Gambar 5.2 Tempat/lokasi di Tilasawa Coffee and Roaster.....	75
Gambar 5.3 Promosi di Tilasawa Coffee and Roaster .....	75
Gambar 5.4 Produk di Jempolan Coffee .....	76
Gambar 5.5 Tempat/lokasi di Jempolan Coffee.....	76
Gambar 5.6 Promosi di Jempolan Coffee .....	78
Gambar 5.7 Produk di Samasta Coffee .....	79
Gambar 5.8 Tempat/lokasi di Samasta Coffee.....	80
Gambar 5.9 Promosi di Samasta Coffee .....	81

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 5. 1 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
Tabel 5. 2 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia .....	61
Tabel 5. 3 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	62
Tabel 5. 4 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan.....	62
Tabel 5. 5 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendapatan .....	63
Tabel 5. 6 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jumlah Tanggungan.....	64
Tabel 5. 7 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jarak Rumah Ke Kedai Kopi ..	64

## RINGKASAN

Indonesia adalah negara produsen komoditas kopi keempat terbesar didunia setelah Brazil, Vietnam, dan Colombia. Dari total produksi berkisar sebesar 67% dari hasil panen kopinya diekspor dan sisanya 33% digunakan untuk memenuhi kebutuhan didalam negeri. Komoditas kopi sudah sejak ratusan tahun yang lalu telah menjadi komoditas pertanian yang vital dan telah turut menghidupi masyarakat. Jika dilihat dari pola hidup masyarakat, komoditas kopi merupakan hasil olahan kopi yang dijadikan minuman yang paling banyak disukai disamping teh.

Seiring dengan meningkatnya konsumsi kopi di Indonesia, semakin banyak juga masyarakat yang mengambil kesempatan untuk membuka usaha kedai kopi. Pesatnya perkembangan dan peluang coffee shop di Indonesia terlihat dari menjamurnya bisnis coffee shop saat ini, tidak terkecuali di Yogyakarta. Di Yogyakarta sendiri, khususnya di Kabupaten Sleman perkembangan bisnis kedai kopi semakin meningkat. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya kedai kopi baru yang dapat dijumpai dijalan-jalan di Kabupaten Sleman.

Munculnya para pelaku usaha baru menambah tingkat persaingan semakin ketat yang membuat pelaku usaha harus memikirkan strategi guna memenangkan persaingan. Pelaku usaha perlu mengembangkan berbagai cara agar kedai kopi yang mereka miliki menjadi pilihan konsumen dibandingkan kedai kopi lainnya, salah satunya melalui pengembangan bauran pemasaran/*marketing mix* yang membedakannya dengan pesaing bisnis yang serupa.

Namun pada kenyataanya tidak semua bisnis kedai kopi yang ada di Kabupaten Sleman mendapat keuntungan yang besar. Terdapat beberapa kedai kopi yang ada di Kabupaten Sleman diharuskan untuk tutup karena kalah bersaing dengan kedai kopi lain. Hal ini dikarenakan pelaku usaha tersebut tidak memanfaatkan kontribusi bauran pemasaran dengan baik sehingga target pasar tidak tercapai.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kondisi karakteristik konsumen kedai kopi di Desa Condongcatut. Untuk mengetahui penerapan komponen bauran pemasaran di Desa Condongcatut, untuk

menganalisis pengaruh komponen bauran terhadap perilaku konsumen kedai kopi di Desa Condongcatur.

Tempat penelitian ini dilakukan di desa Condongcatur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*). Penelitian ini dilakukan dengan pertimbangan karena di daerah ini terdapat banyak kedai kopi. Penelitian ini dilakukan di 3 kedai kopi yaitu Samasta Coffee, Jempolan Coffee dan Tilasawa Coffee Roaster. Dan penelitian ini dilaksanakan selama satu bulan, dimulai dari bulan Februari hingga Maret tahun 2023. Metode Penentuan Sampel yang digunakan yaitu teknik *Accidental Sampling*. Jumlah sample yang diambil pada penelitian ini adalah 45 responden yang di temui secara kebetulan yang sedang mengkonsumsi kopi di kedai kopi tersebut. Dengan pembagian yaitu jumlah responden di Samasta sebanyak 15 responden, Jempolan Coffee sebanyak 15 responden, dan Tilasawa Coffee Roaster sebanyak 15 responden. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik konsumen kedai kopi di Desa Condongcatur adalah konsumen dengan jenis kelamin laki-laki dengan usia rata-rata 25 tahun dengan pekerjaan pelajar/mahasiswa, dan jarak dari rumah kekedai kopi rata-rata sejauh 4,7 KM dengan rata-rata frekuensi kedatangan sebanyak 2 kali dalam satu bulan. Penerapan komponen bauran pemasaran yang dilakukan 3 kedai kopi di lokasi penelitian, didapatkan bahwa penerapan bauran pemasaran di Jempolan Coffee paling baik dengan perolehan skor paling tinggi yaitu 94,5 %. Hal ini dikarenakan Jempolan Coffe dalam penerapannya dari segi produk yang ditawarkan sangat berkualitas, harga dari produknya terjangkau, memiliki tempat yang strategis dan promosi yang dilakukan sangat promotif. Pengaruh bauran pemasaran terhadap perilaku konsumen kopi di Desa Condongcatur menunjukkan bahwa bauran pemasaran berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen di Desa Condongcatur, yang diketahui bahwa variabel harga dan variabel promosi berpengaruh signifikan, sedangkan variabel produk dan tempat tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen.

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh komponen bauran pemasaran terhadap perilaku konsumen kedai kopi di Desa Condongcatur. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*). Penelitian ini dilakukan di 3 kedai kopi yaitu Samasta Coffee, Jempolan Coffee dan Tilasawa Coffee Roaster. Metode penentuan sampel yang digunakan yaitu teknik *Accidental Sampling*. Jumlah sample yang diambil pada penelitian ini adalah 45 responden yang di temui secara kebetulan yang sedang mengkonsumsi kopi di kedai kopi tersebut. Dengan pembagian yaitu jumlah responden di Samasta sebanyak 15 responden, Jempolan Coffee sebanyak 15 responden, dan Tilasawa Coffee Roaster sebanyak 15 responden. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bahwa bauran pemasaran berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen, yang diketahui bahwa variabel harga dan variabel promosi berpengaruh signifikan, sedangkan variabel produk dan tempat tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen.

**Kata Kunci :** Bauran Pemasaran, Perilaku Konsumen