

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Yenny Kuratul dan Wadhan, 2016. Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Loyalitas Nsabah Pada BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, Vol. 3 No. 2 Desember 2016.
- AlAfghani, Aditya, 2020. Hubungan Persepsi *Experiential Marketing* Dengan Kepuasan Konsumen Di Warung Kopi Merapi Yogyakarta. *Naskah Publikasi Program Studi Psikologi*. 31 Desember 2021.
- Arianto, Nurmin, Giovanni, 2020. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pemasaran*. Vol. 3 No. 2 Februari 2020.
- Barokah, Siti, Anisa Nur Andina, Zahrah Anggiany, 2020. Strategi Adaptif Kopi “COFFEEBREAK” Purwokerto Dalam Upaya Menyongsong New Normal, Vol. 01 No. 12 Juli 2020. E-ISSN:26886 5661.
- Effendy, Femmy, Ratih Hurriyati, Lili Adi Wibowo, 2020. Analisis Pengaruh Celebrity Endorser Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo Dengan Intervening Band Image. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*. Vol. 11 No. 2 September 2020.
- Fikrissalim, Muhammad, Setiamurti Rahardjo, Dea Aulia Widyaevan, Ivan Joshua, 2019. Penyikapan Arsitektur Tropis Dalam Mempertahankan Lokalitas Arsitektur Kolonial Yang Beralih Fungsi Menjadi Kedai Kopi. *Jurnal ATRAT*. Vol. 7, No. 2.
- Hadiwidjaja, Reymond Setiabudi dan Diah Dharmayanti, S.E., M.Si, 2021. Analisa Hubungan *Experiential Marketing*, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan Starbucks Coffee di Surabaya Town Square. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 2, No. 2.
- Harlim, Alexander W. B., Hotlan Siagian. 2020. Pengaruh Marketing Mix 7P Terhadap Purchase Intention Pada Coffee Shop Yang Berada Di Sekitar Jalan Siwalankerto Surabaya. *AGORA* Vol. 8, No. 2 (2020).

- Husniati, Evi Sya'idah, Tontowi Jauhari. 2018. Pengaruh Marketing Mix Terhadap Loyalitas Pelanggan. Vol. 3, No.1 April 2018.
- Imaniar, Dimas, Andhika Wahyudiono. 2018. Strategi Pengembangan Dan Bauran Pemasaran POTensi Komoditas Kopi Dalam Rangka Penguatan Pasar Produk Pertanian Secara Integratif Dengan Sektor Pariwisata Di Kabupaten Banyuwangi. *Journal of Applied Business Administration*, Vol. 2, No. 2 September 2018. E-ISSN:2548-9909.
- Junus, Wahyuddin. 2021. Kopi Yang Nikmat Nan Otentik, Direbus atau Diseduh?. <https://klikhijau.com/read/kopi-yang-nikmat-nan-otentik-direbus-atau-diseduh/>. Diakses pada tanggal 19 Juli 2022.
- Layantara, Sofiany. 2016. Evaluasi Perkembangan *BBQ Street* Menggunakan Teori *Marketing Mix 7P* Terhadap Fenomena *Food Truck* Di Surabaya. *Jurnal Managemen dan Start-Up Bisnis*. Vol. 1 No. 2, Juni 2016.
- Meidatuzzahra, Diah. 2019. Penerapan Accidental Sampling Untuk Mengetahui Prevalensi Akseptor Kontrasepsi Suntikan Terhadap Siklus Menstruasi (Studi Kasus: Puskesmas Jembatan Kamar Kabupaten Lombok Barat). *Avesina* Vol. 13 No.1, Juni 2019.
- Sartika, Dewi. 2017. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk You C 1000 Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 2 No. 1, 2017.
- Septifani, Riska, Fuad Achmadi, Imam Santoso, 2014. Pengaruh Green Marketing, Pengetahuan dan Minat Membeli Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Teknologi*. Vol. 13 No. 2. ISSN: 1412-1700.
- Tamyiz, Uus Muhamad Husni, Ratih Hurriyati, Puspo Dewi Dirgantari, 2019. Pembentukan Loyalitas Pelanggan: Intensi Hubungan dan Kualitas Hubungan (Studi kasus di Industrri Ritel Pakaian, Kota Bandung). *Jurnal Inovasi Bisnis*. Jawa Barat. 2019.
- Tjiptono, Fandy. 2015. Strategi Pemasaran. Edisi IV. Penerbit Andi, Yogyakarta.

- Kotler, Philip dan K. L. Keller, 2009. Manajemen Pemasaran. *Edisi Ketiga Belas*. Edisi 13 Jilid 1. Erlangga, Jakarta. 2019.
- Ravelina, Raysa. 2020. Pengaruh Bauran Pemasaran Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Loyalitas Konsumen KFC Di Indonesia Pada Masa Pandemi Covid-19. *Skripsi*. Jakarta. 2020.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian



**KUESIONER PENELITIAN
ANALISIS STRATEGI PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN KOPI MERAPI**

Responden yang terhormat,

Saya Agrina Oktafiani Bachtiar, Mahasiswi Program Sarjana Ekonomi Pertanian Fakultas Agribisnis Institut Pertanian STIPER, bermaksud melakukan penelitian mengenai **Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Kopi Merapi** untuk menyusun skripsi sebagai salah satu syarat kelulusan studi. Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk berpartisipasi dalam mengisi kuesioner ini secara lengkap dan benar agar informasi ilmiah yang saya sajikan dapat dipertanggungjawabkan dan tercapai hasil yang diinginkan. Informasi yang di terima dari kuesioner ini bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis dan tidak ada jawaban yang salah dalam pengisian kuesioner.

No Responden : _____

Hari/Tanggal : _____

I. IDENTITAS RESPONDEN

Petunjuk : Berilah tanda *checklist* (√) pada jawaban yang sesuai dengan pilihan anda.

1. Nama : _____
2. Jenis Kelamin : () Laki-laki () Perempuan
3. Usia : _____
4. Status : () Belum Menikah () Menikah

5. Pendidikan : () SD () SMP () SMA/SMK () Diploma
() S1
() S2/S3
6. Pekerjaan : () Pegawai Negeri Sipil ()
Pelajar/Mahasiswa
() Karyawan Swasta () Lainnya,
sebutkan ...
() Pengusaha
7. Pendapatan rata-rata/bulan : () < Rp. 500.000,00
() Rp. 500.000,00 – Rp. 1.500.000,00
() Rp. 1.600.000,00 – Rp. Rp. 2.500.000,00
() Rp. 2.500.000,00 – Rp. 3.500.000,00
() Rp. 3.000.000,00 – Rp. 5.000.000,00
() > Rp. 5.000.000,00

II. Pertanyaan mengenai pendapat

A. Pengenalan

1. Berapa kali anda melakukan pembelian di Kopi “Merapi”
 - a. Hanya satu kali
 - b. Dua kali dengan sekarang atau lebih
2. Apakah anda rutin berkunjung ke Kopi “Merapi”
 - a. Ya
 - b. Tidak, alasannya ...
3. Siapakah yang mempengaruhi anda untuk melakukan pembelian di Kopi “Merapi”?
 - a. Diri sendiri
 - b. Keluarga
 - c. Teman
 - d. Lainnya, sebutkan ...

4. Hal apa yang pertama kali menjadi pertimbangan dan alasan anda sebelum melakukan pembelian di Kopi “Merapi” (boleh pilih lebih dari satu opsi)
 - Harga
 - Rasa
 - Kualitas
 - Suasana/Tempat
 - Pelayanan
 - Rekomendasi
 - Kepopuleran
 - Kemudahan menjangkau lokasi
 - Lainnya, sebutkan ...
5. Kapan anda biasanya berkunjung ke Kopi “Merapi”?
 - a. Hari kerja
 - b. Hari libur
 - c. Tidak menentu
6. Jika menu yang diinginkan di Kopi “Merapi” tidak tersedia apa yang anda lakukan?
 - a. Beralih dengan memesan produk lain
 - b. Beralih ke kedai kopi lain
 - c. Tidak melakukan pembelian

B. Pendapat mengenai Kopi “Merapi”

1. Menurut anda harga yang ditawarkan terjangkau, sesuai dengan kualitas produk dan menjawab kebutuhan konsumen
 - a. Ya
 - b. Tidak, alasannya ...

2. Menurut anda Kopi “Merapi” selalu memberikan produk yang berkualitas, rasa yang sesuai dengan keinginan anda, serta penyajian produk yang terlihat menarik?
 - a. Ya
 - b. Tidak, alasannya ...
3. Menurut anda tampilan menu Kopi “Merapi” terlihat menarik dan beragam
 - a. Ya
 - b. Tidak, alasannya ...
4. Menurut anda mudah proses bertransaksi pembayaran, serta informasi yang diberikan antara menu dan tagihan (*bill*) sesuai
 - a. Ya
 - b. Tidak, alasannya ...
5. Menurut anda suasana yang tercipta di Kopi “Merapi” nyaman, pencahayaan yang baik, ditambah dengan sarana entertainment (seperti music atau tv) yang dapat meningkatkan kenyamanan
 - a. Ya
 - b. Tidak, alasannya ...
6. Menurut anda tema yang diberikan Kopi “Merapi” yaitu tradisional terlihat menarik dan sudah sesuai
 - a. Ya
 - b. Tidak, alasannya ...
7. Menurut anda kursi dan meja yang diberikan sudah sesuai
 - a. Ya
 - b. Tidak, alasannya ...
8. Menurut anda kebersihan dari Kopi “Merapi” sudah cukup bersih
 - a. Ya
 - b. Tidak, alasannya ...
9. Apakah akses jalan menuju Kopi “Merapi” mudah ditempuh?
 - a. Ya

- b. Tidak, alasannya ...
10. Menurut anda Kopi “Merapi” telah menyediakan tempat parkir yang aman, tersedia toilet yang nyaman, serta sarana lainnya
- a. Ya
 - b. Tidak, alasannya ...
11. Menurut anda reservasi tempat mudah
- a. Ya
 - b. Tidak, alasannya ...
12. Menurut anda kualitas pelayanan seperti kecepatan pelayanan, pelayanan yang sopan dan ramah, serta proses pemesanan telah sesuai dengan harapan
- a. Ya
 - b. Tidak, alasannya ...
13. Apakah anda menemukan bahwa Kopi “Merapi” menarik dibandingkan dengan warung atau kedai kopi lainnya?
- a. Ya
 - b. Tidak, alasannya ...
14. Apakah anda akan menceritakan pengalaman selama di Kopi “Merapi” kepada teman atau keluarga anda?
- a. Ya
 - b. Tidak, alasannya ...
15. Apakah anda akan menceritakan kesan positif terhadap Kopi “Merapi”?
- a. Ya
 - b. Tidak, alasannya ...
16. Apakah berdasarkan pengalaman anda selama di Kopi “Merapi” akan mengajak orang lain, teman atau keluarga untuk bersantap di Kopi “Merapi”?
- a. Ya
 - b. Tidak, alasannya ...
17. Apakah anda akan menjadikan Kopi “Merapi” sebagai rekomendasi pilihan utama kepada orang lain?

- a. Ya
 - b. Tidak, alasannya ...
18. Apakah anda akan datang kembali bersantap di Kopi “Merapi”
- a. Ya
 - b. Tidak, alasannya ...
19. Menurut anda dari segi apa yang paling berkesan dan menjadi daya Tarik anda setelah mengunjungi Kopi “Merapi”? (boleh pilih lebih dari satu opsi)
- Segi makanan/minuman
 - Segi harga
 - Segi suasana
 - Segi view gunung yang ditampilkan
 - Segi kepopuleran
 - Lainnya, sebutkan ...
20. Berikan saran dan kritik anda untuk Kopi “Merapi”
-

Terimakasih atas partisipasi anda telah bersedia untuk mengisi kuesioner ini hingga akhir. semoga jawaban anda dapat menjadi ilmu yang bermanfaat.

Lampiran 2. Rekapitulasi Hasil Kuesioner Karakteristik Responden

Nama	Jenis kelamin	Usia	Status	Pendidikan	Pekerjaan	Jika menjawab soal diatas lainnya, sebutkan	Pendapatan rata-rata perbulan
Priskila	Perempuan	22	Belum menikah	S1	Pelajar		Rp 1.600.000,00 - Rp 2.500.000,00
Hendrik Salim s	Laki-laki	25	Belum menikah	S1	Pengusaha		> Rp 5.000.000,00
Lalu avis alrasyid	Laki-laki	23	Belum menikah	S1	Karyawan swasta		> Rp 5.000.000,00
Dwi indah larasati	Perempuan	22	Belum menikah	SMA/SMK	Pelajar		Rp 500.000,00 - Rp 1.500.000,00
Muhammad fikri	Laki-laki	30	Belum menikah	SMA/SMK	Karyawan swasta		Rp 1.600.000,00 - Rp 2.500.000,00
Zulfah Aulia Defandra	Perempuan	21	Belum menikah	S1	Pelajar		> Rp 5.000.000,00
Vante	Laki-laki	22	Belum menikah	SMA/SMK	Pelajar	Mahasiswa si	Rp 2.500.000,00 - Rp 3.500.000,00
Regi Prayoga	Laki-laki	21	Belum menikah	SMA/SMK	Pelajar		< Rp 500.000,00
Khabibah	Perempuan	21	Belum menikah	S1	Pelajar		< Rp 500.000,00
Andri	Laki-laki	26	Belum menikah	SMA/SMK	Karyawan swasta		Rp 2.500.000,00 - Rp 3.500.000,00
A. Wahyu Suryadi Ningrat	Laki-laki	23	Belum menikah	S2/S3	Pelajar		Rp 1.600.000,00 - Rp 2.500.000,00
Nada 'Adillah	Perempuan	22	Belum menikah	Diploma	Karyawan swasta		Rp 500.000,00 - Rp 1.500.000,00
amelia rizky	Perempuan	20 th	Belum menikah	SMA/SMK	Karyawan swasta		Rp 1.600.000,00 - Rp 2.500.000,00
Fachri	Laki-laki	22	Belum menikah	S1	Pengusaha		> Rp 5.000.000,00
Santi Putri	Perempuan	22	Belum menikah	S1	Karyawan swasta		Rp 1.600.000,00 - Rp 2.500.000,00
Muhammad Fiikri Febrian	Laki-laki	17 th	Belum menikah	SMA/SMK	Pelajar		Rp 500.000,00 - Rp 1.500.000,00

Anonim	Perempuan	26	Belum menikah	S1	Lainnya		Rp 2.500.000,00 - Rp 3.500.000,00
Madina	Perempuan	25 tahun	Belum menikah	SMA/SMK	Lainnya	Pedagang	Rp 500.000,00 - Rp 1.500.000,00
Fahrul Rozy Alhaddid	Laki-laki	22	Belum menikah	SMA/SMK	Pelajar	-	Rp 500.000,00 - Rp 1.500.000,00
Dinda	Perempuan	22	Belum menikah	S1	Lainnya		Rp 3.500.000,00 - Rp 5.000.000,00
Rahma Avelin	Perempuan	24	Belum menikah	SMA/SMK	Karyawan swasta		Rp 3.500.000,00 - Rp 5.000.000,00
Emanuel Krowe Goran	Laki-laki	24	Belum menikah	S1	Karyawan swasta		Rp 1.600.000,00 - Rp 2.500.000,00
Rendry agit octaviyanto	Laki-laki	23	Belum menikah	S1	Karyawan swasta		Rp 3.500.000,00 - Rp 5.000.000,00
Tika	Perempuan	24	Belum menikah	SMA/SMK	Pelajar		Rp 500.000,00 - Rp 1.500.000,00
Veganingrum Wigati	Perempuan	26	Belum menikah	S1	Karyawan swasta		Rp 2.500.000,00 - Rp 3.500.000,00
Aghilian Nuryatama	Laki-laki	25	Belum menikah	S1	Karyawan swasta		Rp 2.500.000,00 - Rp 3.500.000,00
Chusnida	Perempuan	25	Belum menikah	Diploma	Karyawan Swasta	Tidak	< Rp. 500.000,00
Mukhammad Arief Baidowi	Laki-laki	24	Belum menikah	S1	Lainnya	Pelajar dan pengusaha	Rp. 3.000.000,00 â€” Rp. 5.000.000,00
Fanny Febrina Sari	Perempuan	22 Tahun	Belum menikah	S1	Lainnya		Rp. 2.500.000,00 â€” Rp. 3.500.000,00
Dewi Dece	Perempuan	20	Belum menikah	SMA/SMK	Lainnya	saya masih mahasiswa semester 6	< Rp. 500.000,00
Alvin fernanda	Laki-laki	23	Belum menikah	S1	Karyawan Swasta		Rp. 3.000.000,00 â€” Rp. 5.000.000,00
DIKI LAROSO KRISTIANTO	Laki-laki	20	Belum menikah	SMA/SMK	Karyawan Swasta	Sampai ini semua suasana terlihat bagus, lebih di kembangkan lagi	Rp. 500.000,00 â€” Rp. 1.500.000,00

						saja untuk kedepannya.	
Rofi Abdulah	Laki-laki	25	Belum menikah	S1	Pengusaha		< Rp. 500.000,00
Riski	Laki-laki	18	Belum menikah	S1	Pelajar		< Rp. 500.000,00
Harfi	Laki-laki	21	Belum menikah	SMA/SMK	Lainnya	Pekerja paruh waktu	Rp. 500.000,00 â€“ Rp. 1.500.000,00
Nicolas Anindito	Laki-laki	31	Belum menikah	S1	Karyawan Swasta		Rp. 2.500.000,00 â€“ Rp. 3.500.000,00
Andre Utama	Laki-laki	20 Ta hu n	Belum menikah	Diploma	Lainnya	Mahasiswa	
Arif fajar mukti	Laki-laki	25	Belum menikah	S1	Lainnya	masih mahasiswa	< Rp. 500.000,00
Satria Risda D	Laki-laki	19	Belum menikah	SMA/SMK	Pelajar		Rp. 1.600.000,00 â€“ Rp. Rp. 2.500.000,00
Bana k	Laki-laki	19	Belum menikah	SMA/SMK	Karyawan Swasta		Rp. 500.000,00 â€“ Rp. 1.500.000,00
Adila Fikri Muslimah	Perempuan	22	Belum menikah	S1	Lainnya		< Rp. 500.000,00
Rama Sanjaya	Laki-laki	24	Belum menikah	S2/S3	Karyawan Swasta		Rp. 1.600.000,00 â€“ Rp. Rp. 2.500.000,00
Tyas Anjani	Perempuan	22	Belum menikah	S1	Lainnya		Rp. 1.600.000,00 â€“ Rp. Rp. 2.500.000,00

Lampiran 3. Rekapitulasi Hasil Kuesioner Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Warung Kopi “Merapi” di Desa Kepuharjo Kecamatan Cangkringan Kabupaten Sleman Yogyakarta.

No	Pernyataan	Ya		Tidak		Total	
		%	F	%	F	%	F
1	X1.1 : Keterjangkauan harga	98%	43	2%	1	100%	44
2	X1.2 : Kesesuaian harga dengan kualitas produk	98%	43	2%	1	100%	44

No	Pernyataan	Ya		Tidak		Total	
		%	F	%	F	%	F
1	X2.1 : Produk berkualitas	98%	43	2%	1	100%	44
2	X2.2 : Penyajian produk terlihat menarik	89%	39	11%	5	100%	44
3	X2.3 : Rasa yang sesuai	91%	40	9%	4	100%	44

No	Pernyataan	Ya		Tidak		Total	
		%	F	%	F	%	F
1	X3.1 : Suasana nyaman	93%	41	7%	3	100%	44
2	X3.2 : Kebersihan cukup	82%	36	18%	8	100%	44
3	X3.3 : Kemudahan akses jalan	73%	32	27%	12	100%	44

No	Pernyataan	Ya		Tidak		Total	
		%	F	%	F	%	F
1	X4.1 : Tempat parkir aman dan tersedia fasilitas lain yang nyaman	98%	43	2%	1	100%	44
2	X4.2 : Tampilan menarik	91%	40	9%	4	100%	44
3	X4.3 : Kursi dan meja nyaman	82%	36	18%	8	100%	44

No	Pernyataan	Ya		Tidak		Total	
		%	F	%	F	%	F
1	X5.1 : Pelayanan reservasi mudah	91%	40	9%	4	100%	44
2	X5.2 : Kualitas pelayanan yang sopan dan ramah	100%	44	0%	0	100%	44
3	X5.3 : Pelayanan yang cepat	84%	37	16%	7	100%	44

No	Pernyataan	Ya		Tidak		Total	
		%	F	%	F	%	F
1	X6.1 : Proses pembuatan pemesanan sesuai	98%	43	2%	1	100%	44
2	X6.2 : Proses bertransaksi pembayaran sesuai dengan <i>bill</i>	93%	41	7%	3	100%	44

No	Pernyataan	Ya		Tidak		Total	
		%	F	%	F	%	F
1	X7.1 : Orang lain mempengaruhi pembelian	91%	40	9%	4	100%	44

No	Pernyataan	Ya		Tidak		Total	
		%	F	%	F	F	%
1	X8.1 : View gunung yang ditampilkan	86%	38	14%	6	100%	44
2	X8.2 : Tampilan menu yang menarik	93%	41	7%	3	100%	44
3	X8.3 : Sarana entertainment (musik, TV dll)	89%	39	11%	5	100%	44
4	X8.4 : Pencahayaan yang cukup	95%	42	5%	2	100%	44

No	Pernyataan	Ya		Tidak		Total	
		%	F	%	F	%	F
1	X9.1 : Konsep interior yang menarik	93%	41	7%	3	100%	44
2	X9.2 : Pelayanan yang cepat	80%	35	20%	9	100%	44

No	Pernyataan	Ya		Tidak		Total	
		%	F	%	F	%	F
1	X10.1 : Kesesuaian harga dengan kualitas produk	98%	43	2%	1	100%	44
2	X10.2 : Kualitas makanan dan minuman terjamin	91%	40	9%	4	100%	44

No	Pernyataan	Ya		Tidak		Total	
		%	F	%	F	%	F
1	X11.1 : Reservasi yang mudah	91%	40	9%	4	100%	44
2	X11.2 : Reputasi membuat nyaman	25%	11	75%	33	100%	44

No	Pernyataan	Ya		Tidak		Total	
		%	F	%	F	%	F
1	X12.1 : Sajian makanan dan minuman yang khas	93%	41	7%	3	100%	44

NO	Pernyataan	Ya		Tidak		Total	
		%	F	%	F	%	F
1	Y.1 : Memberikan kesan dan tanggapan yang positif	100%	44	0%	0	100%	44
2	Y.2 : Menceritakan pengalaman yang menarik kepada orang lain setelah berkunjung	95%	42	5%	2	100%	44
3	Y.3 : Mengajak orang lain bersantap	93%	41	7%	3	100%	44
4	Y.4 : Merekomendasikan sebagai pilihan utama	82%	36	18%	8	100%	44
5	Y.5 : Datang kembali bersantap	93%	41	7%	3	100%	44

Lampiran 5. Dokumentasi Penelitian

