

**PENGARUH ASPEK BAURAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN PRODUK KOPI KELIR DI GABUNGAN KELOMPOK
TANI GUNUNG KELIR KABUPATEN SEMARANG**

SKRIPSI

Oleh

ADIK BAGUS ANUGERAH ASMARA PUTRA



**PROGRAM STUDI S1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2019**

**PENGARUH ASPEK BAURAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN PRODUK KOPI KELIR DI GABUNGAN KELOMPOK
TANI GUNUNG KELIR KABUPATEN SEMARANG**

Oleh

**ADIK BAGUS ANUGERAH ASMARA PUTRA
NIM : 23040115130071**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian pada Program Studi Agribisnis
Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro**

**PROGRAM STUDI S1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2019**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Adik Bagus Anugerah Asmara Putra
NIM : 23040115130071
Program Studi : S1 Agribisnis

Dengan ini menyatakan sebagai berikut :

1. Karya ilmiah yang berjudul :
Pengaruh Aspek Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas Konsumen Produk Kopi Kelir di Gabungan Kelompok Tani Gunung Kelir Kabupaten Semarang, dan penelitian yang terkait dengan karya ilmiah ini adalah hasil kerja saya sendiri.
2. Setiap ide atau kutipan dari orang lain berupa publikasi atau bentuk lainnya dalam karya ilmiah ini, telah diakui sesuai dengan standar prosedur disiplin ilmu.
3. Saya juga mengakui karya ilmiah ini dapat dihasilkan berkat bimbingan dan dukungan penuh pembimbing saya, yaitu : **Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.** dan **Dr. Ir. Edy Prasetyo, M.S.**

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

Semarang, Desember 2019



Penulis

[Handwritten Signature]
Adik Bagus A. A. P.

Mengetahui,

Pembimbing Utama

[Handwritten Signature]

Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.
NIP. 19651121 199203 1 001

Pembimbing Anggota

[Handwritten Signature]

Dr. Ir. Edy Prasetyo, M.S.
NIP. 19570226 198603 1 002

Judul Skripsi

: PENGARUH ASPEK BAURAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PRODUK KOPI KELIR DI GABUNGAN KELOMPOK TANI GUNUNG KELIR KABUPATEN SEMARANG

Nama Mahasiswa

: ADIK BAGUS ANUGERAH ASMARA PUTRA

Nomor Induk Mahasiswa

: 23040115130071

Program Studi/Departemen

: AGRIBISNIS/PERTANIAN

Fakultas

: PETERNAKAN DAN PERTANIAN

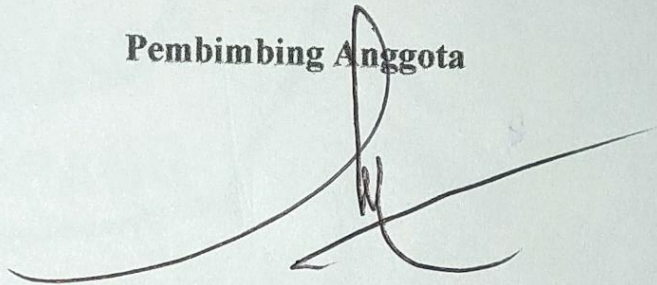
Telah disidangkan di hadapan Tim Penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal1.4....JAN...2020

Pembimbing Utama



Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

Pembimbing Anggota



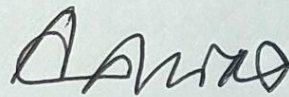
Dr. Ir. Edy Prasetyo, M.S.

Ketua Panitia Ujian Akhir Program



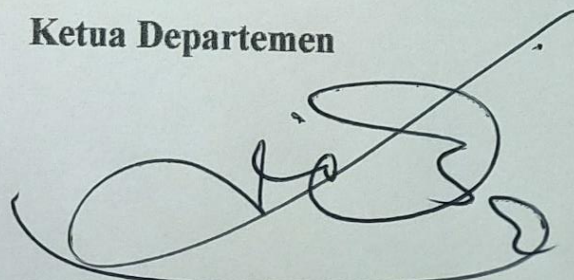
Dr. Ir. Sriroso Satmoko, M.Si

Ketua Program Studi



Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

Ketua Departemen



Dr. Ir. Bambang W.H.E.P, M.S., M.Agr.Sc. Ir. Didik W. Widjajanto, M.Sc., Res., Ph.D.



**PENGARUH ASPEK BAURAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN PRODUK KOPI KELIR DI GABUNGAN KELOMPOK
TANI GUNUNG KELIR KABUPATEN SEMARANG**

*(The Effect of Marketing Mixed Aspect on Consumer Loyalty of Kelir Coffee
Products in Gunung Kelir Farmers Group Association Semarang Regency)*

Adik Bagus Anugerah Asmara Putra

ABSTRAK

Penelitian ini telah dilaksanakan pada bulan Juli-Agustus 2019 di Gabungan Kelompok Tani Gunung Kelir Kabupaten Semarang. Tujuan penelitian ini adalah Menganalisis aspek bauran pemasaran yang meliputi strategi produk, harga, tempat, dan strategi promosi pada pemasaran produk kopi kelir, menganalisis loyalitas konsumen produk kopi kelir, dan menganalisis pengaruh aspek bauran pemasaran yang terdiri dari strategi produk, harga, tempat, dan promosi terhadap loyalitas konsumen produk kopi kelir di Gabungan kelompok tani Gunung Kelir Kabupaten Semarang. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) karena permasalahan Gabungan Kelompok Tani Gunung Kelir dalam merencanakan strategi pemasaran. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode studi kasus. Jumlah responden adalah 100 responden. Metode pengambilan sampel menggunakan *non probability* yaitu dengan *accidental sampling*, dimana responden penelitian adalah konsumen yang kebetulan dijumpai di Kedai Kopi Kelir. Jenis data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Aplikasi analisis data menggunakan program SPSS 23.0. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini adalah aspek bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat, dan promosi sudah sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen, sebagian besar konsumen produk kopi kelir adalah konsumen yang loyal, dan adanya pengaruh aspek bauran pemasaran baik secara parsial dan simultan terhadap loyalitas konsumen. Nilai koefisien determinasi adalah sebesar 83,8%.

Kata kunci : bauran pemasaran; kopi robusta; loyalitas konsumen; pemasaran.

ABSTRACT

This research was conducted in July-August 2019 at the Gunung Kelir Farmers Group Association in Semarang Regency. The purpose of this study is to analyze the aspects of marketing mix which includes product strategy, price, place, and promotion strategies on the marketing of coffee products, analyze customer loyalty of coffee products and analyze the effect of marketing mix aspects that consist of product strategy, price, place, and promotion of the consumer loyalty of Kelir's coffee products in the Gunung Kelir Farmers Group Association in Semarang Regency. The determination of the location of the study was purposive because the Gunung Kelir Farmers Group Association has problems in planning the marketing strategy. The research method used was the case study method. The

number of respondents is 100 respondents. The sampling method used non-probability namely accidental sampling with the research respondents were consumers who be found in Kedai Kopi Kelir. The types of data used are primary data and secondary data. The data analysis application use the SPSS 23.0 program. The data analysis method used is multiple linear regression analysis. The results of this study were aspects of the marketing mix consisting of products, prices, places, and promotions in accordance with the expectations and desires of consumers, most consumers of coffee products were loyal consumers and the influence of aspects of the marketing mix both partially and simultaneously on loyalty consumer. The coefficient of determination was 83.8%

Keywords: consumer loyalty; marketing, marketing mix, Robusta coffee

KATA PENGANTAR

Penelitian tentang Pengaruh Aspek Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas Konsumen Kopi Kelir di Kabupaten Semarang perlu dilakukan karena kegiatan pemasaran merupakan kegiatan yang sangat mempengaruhi volume penjualan untuk meningkatkan kesejahteraan petani. Analisis pengaruh aspek bauran pemasaran terhadap loyalitas konsumen dapat membantu Gapoktan Gunung Kelir dalam merencanakan strategi pemasaran untuk mengembangkan usaha tani kopi, kemudian sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan strategi pemasaran yang sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen untuk meningkatkan loyalitas konsumen.

Puji syukur kehadirat Tuhan YME karena limpahan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: Pengaruh Aspek Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas Konsumen Produk Kopi Kelir di Gabungan Kelompok Tani Gunung Kelir Kabupaten Semarang. Penyusunan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan program pendidikan S1 pada Program Studi S1 Agribisnis Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro.

Penghargaan dan terimakasih penulis berikan kepada Bapak Ngatman Purbo Asmoro dan Ibu Sugiyarti yang telah memberikan kasih sayang, serta dukungan moril dan materiil. Semoga Tuhan senantiasa melimpahkan berkat serta kesehatan atas kebaikan yang telah diberikan kepada penulis selama ini

Penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan atas dukungan, bantuan, bimbingan, motivasi, serta doa dari berbagai pihak dan tidak lupa penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P. sebagai pembimbing utama dan Dr. Ir. Edy Prasetyo, M.S. sebagai pembimbing anggota atas bimbingan, saran dan pengarahannya sehingga dapat terselesaikan penelitian dan skripsi ini dengan baik.
2. Dekan Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro Semarang Dr. Ir. Bambang Waluyo H. E. P., M. S., M.Agr.Sc., Ketua Departemen Pertanian Ir. Didik Wisnu Widjajanto, M.Sc., Res., Ph.D, Ketua Program Studi S-1 Agribisnis Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P., Dosen Wali Agus Setiadi, S.Pt., M.Si., Ph.D dan seluruh dosen beserta staff pegawai atas dukungan dan kesempatan yang telah diberikan selama belajar di Universitas Diponegoro.
3. Bapak Ngadiyanto selaku Ketua Gabungan Kelompok Tani di Kecamatan Jambu selaku pemberi informasi di lokasi penelitian, sehingga penelitian dapat berjalan lancar.
4. Bapak Rofi'i sebagai pemberi informasi dan Kepala Dusun di wilayah tersebut sehingga pengumpulan data di pasar dapat berjalan lancar.
5. Terimakasih kepada warga Desa Kelurahan Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang yang telah berbagi pengetahuan serta pengalamannya.
6. Muhammad Satrio K., Syam Lingga W., dan Yovano Titan P. yang telah membantu dalam proses penelitian ini.

7. Teman-teman Kos Kandang Babi (KKB) yang mendukung satu sama lain, serta menyediakan fasilitas bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman Agribisnis 2015 yang telah berbagi informasi serta pengetahuan selama masa perkuliahan, serta berbagai pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis memohon atas kritik serta saran yang sifatnya membangun demi kebaikan bagi kita semua.

Semarang, Desember 2019

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR ILUSTRASI	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tujuan Penelitian	3
1.3. Manfaat Penelitian	3
1.4. Hipotesis	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Tanaman Kopi	5
2.2. Pemasaran	6
2.3. Bauran Pemasaran	6
2.4. Produk	7
2.5. Harga	8
2.6. Tempat	8
2.7. Promosi	9
2.8. Loyalitas Konsumen	10
BAB III. METODE PENELITIAN	
1.1. Kerangka Pemikiran	12
1.2. Waktu dan Tempat Penelitian	13
1.3. Metode Penelitian dan Penentuan Sampel.....	13
1.4. Metode Pengumpulan Data	14
1.5. Uji Kelayakan Instrumen	15

1.6. Uji Normalitas Data	16
1.7. Metode Analisis Data	17
1.8. Batasan Istilah dan Konsep Pengukuran Variabel	21
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Umum Wilayah	24
4.2. Gambaran Umum Gapoktan	25
4.3. Gambaran Umum Responden	29
4.4. Aspek Bauran Pemasaran	34
4.5. Uji <i>Goodness of fit</i>	43
4.6. Uji Normalitas.....	48
4.7. Uji Asumsi Klasik	49
4.8. Uji Regresi Linier Berganda	53
4.9. Koefisien Determinasi	55
4.10. Uji F	56
4.11. Uji T	57
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan	60
5.2. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	66
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	93

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Jumlah Dan Persentase Konsumen Kopi Kelir Di Kabupaten Semarang Berdasarkan Jenis Kelamin.....	29
2. Jumlah Dan Persentase Konsumen Kopi Kelir Di Kabupaten Semarang Berdasarkan Usia	30
3. Jumlah Dan Persentase Konsumen Kopi Kelir Di Kabupaten Semarang Berdasarkan Pekerjaan.....	31
4. Jumlah Dan Persentase Konsumen Kopi Kelir Di Kabupaten Semarang Berdasarkan Pendapatan	33
5. Jawaban Responden Pada Variabel Produk	35
6. Jawaban Responden Pada Variabel Harga.....	36
7. Jawaban Responden Pada Variabel Tempat.	38
8. Jawaban Responden Pada Variabel Promosi.	40
9. Jawaban Responden Pada Variabel Loyalitas Konsumen	42
10. Uji Validitas Variabel Produk (X1)	43
11. Uji Validitas Variabel Harga (X2).....	44
12. Uji Validitas Variabel Tempat (X3)	45
13. Uji Validitas Variabel Promosi (X4)	46
14. Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen (Y)	46
15. Hasil Uji Reliabilitas.....	47
16. Output Hasil Uji Normalitas Menggunakan <i>Skewness-Kurtosis</i> ..	48
17. Hasil Uji Multikolinearitas	49
18. Output Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	53
19. <i>Output</i> Uji F	56
20. <i>Output</i> uji T.....	57

DAFTAR ILUSTRASI

Nomor	Halaman
1. Kerangka Pemikiran	12
2. Struktur Organisasi Gapoktan Gunung Kelir	27
3. <i>Pie Chart</i> Jumlah Dan Persentase Konsumen Kopi Kelir Di Kabupaten Semarang Berdasarkan Jenis Kelamin.....	30
2. <i>Pie Chart</i> Jumlah Dan Persentase Konsumen Kopi Kelir Di Kabupaten Semarang Berdasarkan Usia	31
5. <i>Pie Chart</i> Jumlah Dan Persentase Konsumen Kopi Kelir Di Kabupaten Semarang Berdasarkan Pekerjaan.....	32
6. <i>Pie Chart</i> Jumlah Dan Persentase Konsumen Kopi Kelir Di Kabupaten Semarang Berdasarkan Pendapatan	34
7. <i>Scatterplot</i> Uji Heterokedastisitas	51
8. Grafik P-Plot	52

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. Peta Lokasi	66
2. Kuisisioner Wawancara	67
3. Hasil Analisis Data	73
4. Hasil Input Data	83
5. Identitas Responden	88
6. Data Penjualan Kedai Kopi Kelir.....	91
7. Dokumentasi	92