

**TANGGAPAN KONSUMEN TERHADAP BAURAN PEMASARAN  
DI KEDAI KOPI MARAVILLE COFFEE**

**TUGAS AKHIR SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta untuk  
Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan



Oleh:  
Fatharani Fariha  
NIM. 15511241044

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TEKNIK BOGA  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
2020**

# TANGGAPAN KONSUMEN TERHADAP BAURAN PEMASARAN DI KEDAI KOPI MARAVILLE COFFEE

Oleh:

**Fatharani Fariha**

NIM. 15511241044

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: (1) Karakteristik konsumen Maraville Coffee. (2) Tanggapan konsumen terhadap bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, dan Process*) di Maraville Coffee.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian dilaksanakan di Maraville Coffee pada bulan Juni – Desember 2019. Populasi penelitian adalah konsumen Maraville Coffee sebanyak 2.100 orang dalam kurun waktu satu bulan. Sampel ditentukan dengan rumus *Slovin* sebanyak 96 responden, selanjutnya sampel ditentukan dengan teknik *insidental sampling*. Pengumpulan data menggunakan angket atau kuesioner dengan *Skala Likert* dan wawancara tidak terstruktur sebagai data pendukung. Hasil uji validitas menyatakan valid dan hasil uji reliabilitas menyatakan nilai *alpha* hitung 0,940 dari 46 butir pernyataan. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif.

Hasil penelitian diketahui bahwa: (1) Karakteristik konsumen Maraville Coffee mayoritas berjenis kelamin perempuan, berusia 17-25 tahun, pekerjaan pelajar/mahasiswa, pendapatan 1-3 juta, jarak tempuh > 5 km, dan frekuensi kedatangan 1x/bulan. (2) Tanggapan konsumen secara umum menyatakan baik dengan nilai mean sebesar 21,63. Sedangkan tanggapan konsumen terhadap bauran pemasaran pada aspek *product* sebesar 65,6% kategori baik, aspek *price* sebesar 56,3% kategori baik, aspek *place* 54,2% kategori baik, aspek *promotion* 42,7% kategori baik, aspek *people* 61,5% kategori baik, aspek *physical evidence* 57,3% kategori baik, dan aspek *process* 51,0% kategori sangat baik.

**Kata Kunci:** Bauran Pemasaran, Tanggapan Konsumen, Maraville Coffee

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah *subhanahu wa ta'ala* berkat rahmat dan karunia-Nya, Tugas Akhir Skripsi dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk mendapat gelar Sarjana Pendidikan dengan judul “Tanggapan Konsumen Terhadap Bauran Pemasaran Di Kedai Kopi Maraville Coffee” dapat disusun sesuai dengan harapan. Tugas Akhir Skripsi ini dapat diselesaikan tidak lepas dari bantuan dan kerjasama dengan pihak lain. Berkenaan dengan hal tersebut, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Dr. Dra. Kokom Komariah, M.Pd., Dosen Pembimbing Tugas Akhir Skripsi, yang telah memberikan ilmu dan senantiasa sabar dalam membimbing selama penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini.
2. Dewi Eka Murniati, S.E, M.M., Validator Instrumen Penelitian dan Penguji Tugas Akhir Skripsi, yang memberikan saran dan koreksi perbaikan secara konstruktif terhadap Tugas Akhir Skripsi ini.
3. Dra. Sutriyati Purwanti, M.Si., Penguji Utama Tugas Akhir Skripsi, yang memberikan arahan dan koreksi secara komprehensif terhadap Tugas Akhir Skripsi ini.
4. Mohammad Adam Jerusalem, M.T., Ketua Jurusan Pendidikan Teknik Boga dan Busana, dosen, dan staff Jurusan Pendidikan Teknik Boga dan Busana yang telah memberikan bantuan dan fasilitas selama proses penyusunan pra proposal sampai dengan

selesainya Tugas Akhir Skripsi ini.

5. Prof. Herman Dwi Surjono, M.Sc., MT., Ph.D., Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta, yang memberikan persetujuan pelaksanaan Tugas Akhir Skripsi.
6. Pihak Maraville Coffee, yang telah memberi izin dan bantuan dalam pelaksanaan penelitian Tugas Akhir Skripsi ini.
7. Semua pihak, secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu per satu, atas bantuan dan perhatiannya selama penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan semua pihak di atas dapat menjadi amalan yang bermanfaat dan mendapat balasan dari Allah *'azza wa jalla*. Semoga Tugas Akhir Skripsi ini dapat menjadi informasi bermanfaat bagi pembaca maupun pihak lain yang membutuhkan.

Yogyakarta, 20 Desember 2019

Penulis,

Fatharani Fariha

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fatharani Fariha

NIM : 15511241044


Program Studi : Pendidikan Teknik Boga

Judul TAS : Tanggapan Konsumen Terhadap Bauran Pemasaran Di  
Kedai Kopi Maraville Coffee

Menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Yogyakarta, 28 November 2019

Yang menyatakan,

  
Fatharani Fariha  
NIM. 15511241044

**LEMBAR PERSETUJUAN**

Tugas Akhir Skripsi dengan Judul

**TANGGAPAN KONSUMEN TERHADAP BAURAN PEMASARAN  
DI KEDAI KOPI MARAVILLE COFFEE**

Disusun oleh:

Fatharani Fariha  
NIM. 15511241044

Telah memenuhi syarat dan disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk dilaksanakan  
Ujian Akhir Tugas Akhir Skripsi bagi yang bersangkutan.

Yogyakarta, 28 November 2019

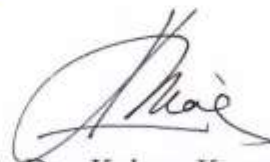
Mengetahui,

Ketua Program Studi  
Pendidikan Teknik Boga

Disetujui,  
Dosen Pembimbing,



Prof. Dr. Mutiara Nugraheni, S.TP., M.Si.  
NIP. 19770131 200212 2 001



Dr. Dra. Kokom Komariah, M.Pd.  
NIP. 19600808 198403 2 002

**HALAMAN PENGESAHAN**

Tugas Akhir Skripsi

**TANGGAPAN KONSUMEN TERHADAP BAURAN PEMASARAN  
DI KEDAI KOPI MARAVILLE COFFEE**

Disusun Oleh:

Fatharani Fariha  
15511241044

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Skripsi Program Studi  
Pendidikan Teknik Boga Fakultas Teknik  
Universitas Negeri Yogyakarta  
Pada tanggal ...18 Desember 2019

**TIM PENGUJI**

Nama/ Jabatan

Tanda tangan

Tanggal

**Dr. Dra. Kokom Komariah, M.Pd.**  
Ketua Penguji/Pembimbing



13 Januari 2020

**Dewi Eka Murniati, S.E., M.M.**  
Sekretaris



13 Januari 2020

**Dra. Sutriyati Purwanti, M.Si.**  
Penguji



13 Januari 2020

Yogyakarta, 10 Januari 2020

Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta

Dekan,



**Prof. Herman Dwi Surjono, M.Sc., MT., Ph.D.**

NIP. 19640205 198703 1 001

## PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah *subhanahu wa ta'ala*, Tugas Akhir Skripsi ini dipersembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya, *hafizhahumallahu ta'ala*.
2. Keluarga dan teman-teman saya, di mana pun mereka berada.
3. Semua pihak yang telah membantu selama penyusunan Tugas Akhir Skripsi.
4. Almamater Universitas Negeri Yogyakarta.



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>v</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Batasan Masalah.....	8
D. Rumusan Masalah.....	8
E. Tujuan Penelitian.....	9
F. Manfaat Penelitian.....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>12</b>
A. Kajian Teori.....	12
B. Gambaran Tempat Penelitian.....	37
C. Penelitian yang Relevan.....	39
D. Kerangka Berpikir.....	41
E. Pertanyaan Penelitian.....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
A. Jenis Penelitian.....	44
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	44

C. Populasi dan Sampel .....	44
D. Defisi Operasional Variabel .....	46
E. Metode Pengumpulan Data .....	47
F. Instrumen Penelitian.....	47
G. Uji Coba Instrumen.....	52
H. Teknik Analisis Data.....	56
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>59</b>
A. Data Hasil Penelitian.....	59
B. Pembahasan.....	90
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>97</b>
A. Kesimpulan .....	97
B. Saran.....	98
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>99</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>105</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Alur Keputusan Produk.....	18
Gambar 2. Kerangka Berpikir.....	42
Gambar 3. <i>Pie Chart</i> Identitas Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Gambar 4. <i>Pie Chart</i> Identitas Konsumen Berdasarkan Usia.....	63
Gambar 5. <i>Pie Chart</i> Indikator Konsumen Berdasarkan Pekerjaan.....	65
Gambar 6. <i>Pie Chart</i> Indikator Konsumen Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	66
Gambar 7. <i>Pie Chart</i> Indikator Konsumen Berdasarkan Jarak Tempuh.....	68
Gambar 8. <i>Pie Chart</i> Indikator Konsumen Berdasarkan Frekuensi Kedatangan.....	69
Gambar 9. <i>Pie Chart</i> Indikator Produk.....	71
Gambar 10. <i>Bar Chart</i> Indikator Produk.....	73
Gambar 11. <i>Pie Chart</i> Indikator Harga.....	74
Gambar 12. <i>Bar Chart</i> Indikator Harga.....	76
Gambar 13. <i>Pie Chart</i> Indikator Tempat.....	77
Gambar 14. <i>Bar Chart</i> Indikator Tempat.....	79
Gambar 15. <i>Pie Chart</i> Indikator Promosi.....	80
Gambar 16. <i>Bar Chart</i> Indikator Tempat.....	82
Gambar 17. <i>Pie Chart</i> Indikator Orang.....	83
Gambar 18. <i>Bar Chart</i> Indikator Orang.....	85
Gambar 19. <i>Pie Chart</i> Indikator Tampilan Fisik.....	86
Gambar 20. <i>Bar Chart</i> Indikator Tampilan Fisik.....	88
Gambar 21. <i>Pie Chart</i> Indikator Proses.....	89
Gambar 22. <i>Bar Chart</i> Indikator Proses.....	90
Gambar 23. <i>Bar Chart</i> Tanggapan Konsumen Terhadap Bauran <i>Pemasaran 7P Di Maraville Coffee</i> .....	91

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kisi-kisi Angket Penelitian Untuk Konsumen Maraville Coffee.....	53
Tabel 2. Kecenderungan Kriteria Penilaian.....	60
Tabel 3. Identitas Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin .....	61
Tabel 4. Identitas Konsumen Berdasarkan Usia.....	62
Tabel 5. Identitas Konsumen Berdasarkan Pekerjaan.....	64
Tabel 6. Identitas Konsumen Berdasarkan Pendapatan Perbulan .....	65
Tabel 7. Identitas Konsumen Berdasarkan Jarak Tempuh.....	67
Tabel 8. Identitas Konsumen Berdasarkan Frekuensi Kedatangan.....	68
Tabel 9. Distribusi Kategorisasi Indikator <i>Product</i> .....	70
Tabel 10. Hasil Perhitungan Aspek Produk .....	72
Tabel 11. Distribusi Kategorisasi Indikator <i>Price</i> .....	74
Tabel 12. Hasil Perhitungan Aspek Harga.....	75
Tabel 13. Distribusi Kategorisasi Indikator <i>Place</i> .....	77
Tabel 14. Hasil Perhitungan Aspek Tempat.....	78
Tabel 15. Distribusi Kategorisasi Indikator <i>Promotion</i> .....	80
Tabel 16. Hasil Perhitungan Aspek Promosi.....	81
Tabel 17. Distribusi Kategorisasi Indikator <i>People</i> .....	83
Tabel 18. Hasil Perhitungan Aspek Orang.....	84
Tabel 19. Distribusi Kategorisasi Indikator <i>Physical Evidence</i> .....	86
Tabel 20. Hasil Perhitungan Aspek Tempat.....	87
Tabel 21. Distribusi Kategorisasi Indikator <i>Process</i> .....	88
Tabel 22. Hasil Perhitungan Aspek Proses.....	89
Tabel 23. <i>Ranking</i> Sub Bab Bauran Pemasaran.....	91

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Dokumentasi
- Lampiran 2. Hasil Uji Validitas Dan Realibilitas
- Lampiran 3. Angket Penelitian
- Lampiran 4. Data Tanggapan Konsumen
- Lampiran 5. Mean Total
- Lampiran 6. Perhitungan Kategorisasi
- Lampiran 7. Surat Bimbingan
- Lampiran 8. Surat Pernyataan Validasi
- Lampiran 9. Hasil Validasi Instrumen
- Lampiran 10. Surat Permohonan Validasi
- Lampiran 11. Surat Permohonan Instrumen
- Lampiran 12. Surat Permohonan Penelitian

